清华新闻传播学前沿讲座录

史安斌　主编

（第三辑）



清华大学出版社

清华新闻传播学

前沿讲座录

（第三辑）

史安斌　　主编

清华大学出版社

北　京

图书在版编目（CIP）数据

清华新闻传播学前沿讲座录．第三辑 / 史安斌主编．—北京：清华大学出版社，2016
ISBN 978-7-302-45302-4

Ⅰ．①清…　Ⅱ．①史…　Ⅲ．①新闻学－传播学　Ⅳ．①G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2016）第 253470 号

责任编辑：纪海虹
封面设计：傅瑞学
责任校对：王荣静
责任印制：沈　露

出版发行：清华大学出版社
网　　址：http://www.tup.com.cn, http://www.wqbook.com
地　　址：北京清华大学学研大厦 A 座　　邮　　编：100084
社 总 机：010-62770175　　邮　　购：010-62786544
投稿与读者服务：010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn
质量反馈：010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn
印 装 者：北京密云胶印厂
经　　销：全国新华书店
开　　本：173mm×235mm　　印　张：28　　字　　数：510 千字
版　　次：2016 年 11 月第 1 版　　印　　次：2016 年 11 月第 1 次印刷
印　　数：1~3500
定　　价：49.80 元

产品编号：072199-01

【主编介绍】

史安斌：清华大学新闻与传播学院副院长、教育部青年长江学者特聘教授、博士生导师、清华–伊斯雷尔·爱泼斯坦对外传播研究中心执行主任、中国新闻史学会常务理事兼秘书长、世界媒体峰会（WMS）全球新闻奖评委、中宣部国际传播能力建设专家咨询委员会委员、国务院新闻办新闻发布和对外出版专家委员会委员、教育部人文社科重大课题攻关项目首席专家、美国宾州大学比较文化和传播学博士（2001）。主要著作有《危机传播与新闻发布：理论·机制·实务》《全媒体时代的新闻发布与媒体关系管理》《全球传播与新闻教育的未来》（编著）、《国际传播前沿研究》（主编）、《全球化时代的中国身份》（英文）、《全球新闻的流动与反向流动》（英文）、《人类传播理论》（译著），以及中英文论文近百篇（详见作者新浪博客http://blog.sina.com.cn/anbinshi，新浪微博http://weibo.com/shianbin）。2003年以来作为主讲教授参与国务院新闻办主办的全国新闻发言人和全球传播高级研讨班，培训了中央和地方各级外宣干部、政府新闻发言人和国际新闻记者近万人。他还应邀担任中央电视台英语频道的新闻评论员，在纽约时报、华盛顿邮报、新闻周刊、半岛电视台等多家中外媒体上接受采访或发表评论。

代前言

发展中国特色社会主义新闻学

柳斌杰

党的“十八大”以来，习近平总书记高度重视意识形态工作和新闻舆论工作，作出了一系列深刻的论述和工作部署，特别是在最近召开的党的新闻舆论工作座谈会上，明确提出了在新的时代条件下，党的新闻舆论工作的职责和使命：“高举旗帜、引领导向、围绕中心、服务大局、团结人民、鼓舞士气、成风化人、凝心聚力、澄清谬误、明辨是非、联结中外、沟通世界。”这短短48个字，概括了新形势下中国新闻舆论工作的总要求，是重构中国特色社会主义新闻理论和新闻实践体系的纲领，是推进新闻传播事业深化改革、融合发展的总指导。

发展中国特色社会主义新闻学

“新的时代条件”是个大势。以互联网、数字化和大数据为基础的传播技术革命，催生了社会信息化、新闻国际化和舆论大众化，以自由发表、民主讨论、平等对话、多向互动为特征的新媒体发展势不可当。这一变化，打破了我们原有的思维方式和新闻传播格局，也给中国现存的新闻传播理论、新闻传播实践和高等院校的新闻传播教育带来了严峻挑战。

要进一步提升主流思想、文化、舆论的引导能力，我认为必须以习近平总书记的一系列重要讲话为指导，从理论体系、实践模式、教育教材三大方面与时俱进，改革创新，发展中国特色社会主义新闻学。把马克思主义、中国特色社会主义基本理论和习近平总书记系列讲话贯穿始终，深化对新闻规律、传播规律、新媒体发展规律的认识，把握传播技术进步、大众传播无所不在、社会舆论风云突变这样一些新特点，提出具有时代性、科学性、实践性的新闻传播理论体系。

重构中国特色新闻理论体系

近百年来，中国新闻理论在引进、争论、比较、创新中发展，曾经经历过效法日本、照搬苏联、引进欧美、创新探索这样一些阶段，尚未形成主导中国新闻研究和教育的特色理论体系。改革开放以来，面对复杂的传播格局和舆论生态，中国加强了以马克思主义为指导，以中国特色社会主义理论为核心的新闻理论的研究，编写了基本教材，取得了显著成绩。但是，由于我们对新闻规律、全媒体时代全球化传播规律和新媒体发展规律认识得还不深刻，科学的、系统的中国新闻理论体系尚未形成，实际工作者和教育工作者认同度不高，不能适应新闻实践和新闻教育的现实要求。

习近平总书记关于"要把马克思主义贯穿到新闻院系的新闻理论研究、新闻教学中去，使新闻学真正成为一门以马克思主义为指导的学科"的要求，以及尊重规律、创新思维，用新概念、新范畴、新表述传播中国新形象的论述，为重构和发展中国特色新闻理论体系指明了方向。

重构中国特色新闻实践模式

在党的领导下，中国的新闻实践丰富多彩，创造和积累了不少经验。诸如政治家办报、坚持正确舆论导向、坚持正面宣传为主、坚持为人民服务、坚持深入基层、坚持新闻的真实性，等等。但是新媒体条件下的新闻传播，改变了固有的舆论生态和旧格局，8 亿手机和"两微一端"成了新闻信息的重要阵地。面对这种情况，作为行业怎么办？习近平总书记的讲话指明了方向：一是，改革僵化的运行机制和单一媒体时代的体制，促进融合发展，打造多业态、多形态的新型主流媒体；二是，创新理念、内容、体裁、形式、方法、手段、业态，适应分众化、差异化传播的大势；三是，要以真实性求得公信力，真实性是新闻的生命力，也是公信力的基石，媒体要准确报道，真实描述事实，把握和反映事物的全貌；四是，提高舆论监督水平，要直面我们工作、生产、生活中存在的真问题，揭露社会丑恶现象和阴暗面，激浊扬清，针砭时弊；五是，要面向公众、面向国际，创新话语体系，用生动活泼的语言、文字、音像、形象讲党的主张、国家形象、中国的故事。这不只是技术问题，而是思维方式、思想观念、专业技能、管理能力、引导水平的转变、创造和发展。

重构中国新闻教育体系

习近平总书记指出，媒体竞争关键是人才竞争，媒体优势核心是人才优势。高等新闻传播教育的根本任务就是培养政治坚定、业务精湛、作风优良、党和人民放心的新闻传播工作者。我们应当彻底摆脱“解经释典”的经院主义、教条主义的新闻教育体系，彻底摆脱“技术至上”的实用主义、自然主义的西方新闻传播教育体系，而要开拓以马克思主义为指导，以中国新闻理论和实践经验为基础的中国特色新闻学教育体系。我们培养的人才,应当是心中有马克思主义这个“定盘星”,手中有“十八般兵器”的党的政策主张的传播者、时代风云的记录者、社会舆论的引导者、社会文明进步的推动者和公平正义的守望者。

按照中央批准的清华大学深化改革的方案要求，清华大学新闻与传播学院已经启动了新的改革发展历程，从教育、教学、教材三大方向，全面推进新闻传播教育的改革，从课程到教材、从教法到评价，都更加突出人的全面成长和发展，把政治素质、道德修养和文化科学专业学习统一起来。巩固已经形成的马克思主义新闻观教育、面向主流、深入基层、新媒体传播和国际传播五大特色，依托清华大学多学科领先的优势，融合多学科形成新的交叉学科，开设面向未来的新的课程，以培养全媒体时代新闻、传播、文化、国际交流方面的高端人才。

目　录

学术前沿

终篇

后记


开
篇

重思中国传播学[1]

◎ 李 彬

清华大学新闻与传播学院教授、博士生导师，河南大学黄河学者，宁夏大学、辽宁大学、西安政治学院、西北政法大学、天津师范大学兼职教授。研究方向为传播理论、新闻传播史论、新闻传播与社会变迁等。主要著作有:《传播学引论（第三版）》（教育部人文社会科学优秀成果）、《传播符号论》《大众传播学》（教育部全国普通高校优秀教材）、《欧洲传播思想史》（即出）、《新中国新闻论》《全球新闻传播史》（国家级精品教材）、《中国新闻社会史》（国家精品课程教材）、《唐代文明与新闻传播》《水木书谭：新闻与文化的交响》《清谭杂俎：新闻与社会的交响》等。

本学期一开学，研究生院让先报一个讲座题目。当时想来想去，总也找不到如意的，正好刚看了一篇文章，也是自己多年关注的话题，题为“重构中国传播学”。于是，一冲动，就将此题报上去了，后来有点后悔，因为，太大太新，心有余而力不足。另外，我的本意重于反思，题目改为“重思”或更恰当。通过重思中国传播学，想来也能同理地重思其他学科。由于能力所限，对这个题目，我只能当作一种尝试，一种初步的探索，但愿多少有助于大家拓展思路，激发一点求学问道的想象力与创造力。

何谓传播学？按大道至简的理解或定义，传播学是探讨人类传播现象及其规律的学问。不言而喻，人类一切活动都离不开传播，少不了传播，曾子“一日三省”，属于发生在自身的传播；“相看两不厌，唯有敬亭山”，是人与自然万物的对话；“故人具鸡黍，邀我至田家，开轩面场圃，把酒话桑麻”，是人际间的交往。至于现代传播活动，更是触目皆是，举世滔滔，看看“低头一族”就可想而知了。

传播活动，古今皆然。而研究传播成为一门学问与学科，则是伴随现代资本主义的兴起而出现的。因为资本主义的市场扩张，全球拓展，导致人类信息空前涌流，促使社会交往空前活跃，形成《共产党宣言》论述的世界历史图景，用鲁迅的话说：“无穷的远方，无数的人们，都和我有关。”于是，针对信息、传播与交往的探讨，也就自

1 演讲时间：2015 年 10 月 29 日。

然形成了。特别是“二战”前后电子媒介的迅猛发展，现代传播更如大江东来，汹涌澎湃，新闻报道、广播电视、竞选演讲、商业广告、战争宣传、危机公关等，日益广泛地影响人类世界与社会生活。为此，新闻学、政治学、社会学、心理学、语言学等，尤其高度关注，纷纷展开研究，从而相互交叉，不断融汇，最终在美国形成一种专门的学科——传播学（communication）。

传播学及其兴起除了传播科技的直接作用，更值得关注的还在于现代世界的政治、经济、文化、社会、心理等背景。一个直接而明显的事实是，美国传播学的基本理论与研究方法、主要问题与学术关切等，无不契合二战前后美国社会的政治、经济、文化等演化脉络。2015 年是世界反法西斯战争胜利 70 周年，二战期间，美国就有一大批政治学者、社会学者、心理学者投身宣传研究，许多成果为战后传播学在美国的形成奠定了基础。再如，“二战”后的“冷战”更是极大地推动了美国传播学进程，美国传播学奠基人施拉姆参与的《报刊的四种理论》就是“冷战”的产物。所谓四种理论，其实只是两种，也隐含着两大阵营的对峙，一种是“自由主义理论”，一种是“极权主义理论”。当然，传播学也不乏契合传播规律的科学内容，如议程设置、意见领袖等传播学概念如今都融入人们的日常用语。

上面讲的多是美国的情况，难道传播学只是美国的学问吗？当然不是。除了国际学界占据主导与主流的美国传播学，西方马克思主义传统的欧洲批判传播学也颇有声势。例如，葛兰西的文化霸权或文化领导权思想；法兰克福学派对资本主义异化问题的文化反思；英国的文化研究学派与传播政治经济学研究；福柯的话语权力思想、布尔迪厄的文化资本理论、阿尔都塞的意识形态国家机器等一批法国思想学说，以及哈贝马斯对公共领域的阐发等，这些学术理论无不对传播学的形成与发展产生深刻影响，对人类传播理论的贡献不在美国实用实证的研究之下。

不过，作为一门学科，传播学又不能不说是一门美国的学问，或源于美国的学问。虽然一般不这么明说，也不这么理解，而是将美国传播学当作放之四海而皆准的普遍科学。所谓“国际接轨”，无非就是按照美国的理论、方法、思路等研究传播，发表成果。比如，中国的新闻传播院系有个习见现象，研究生的论文开题与答辩往往会问：你的研究用了什么理论？而这里说的理论，实际上是美国某家某派的学说、观点等。假如你的研究没有以这样那样的美国传播学理论为依据，那么无论选题多有价值，也无论思路多有新意，研究多有水平，都好像不入流，甚至不合格。相反，如果照猫画虎、移花接木地与所谓国际接轨，即便是用众所不知的语言讲众所周知的常识，也是一等一的学问。这一状况与趋势，姑且称之为“趋美国化”。

中国全面引进与推进传播学或美国传播学研究，约在20世纪80年代初，距今已经30多年。尽管“冷战”正热的五六十年代，中国人民大学新闻系已将《报刊的四种理论》翻译出来，供内部批判，而80年代大规模展开的恰恰是施拉姆一路的“冷战”传播学，与此同时，欧洲传统的批判研究则门前冷落车马稀。其间，一个看似矛盾的情况是，美国传播学被视为客观普适的科学，而欧洲批判理论，如传播政治经济学，则由于同马克思主义道统关联密切被视为非科学的意识形态。这一状况与趋势，就是常说的“去政治化”。“去政治化”有两类：一是，不讲政治，不问政治，不关心政治；二是，去掉一种政治，再讲一种政治，即所谓“去政治化的政治”。80年代以降的思想文化气候，既可见日渐远离政治的趋势，蔓延至今遂有小清新、“小确幸”一路政治冷漠，又不乏种种“去政治化的政治”。而无论如何，结果是趋美国化与去政治化在此汇流，渐渐构成今日传播学的总体格局，中国如此，他国亦然。

我们需要重新反思的，就是这种总体格局。三十年河东，三十年河西，今日的中国与世界既不同于30年前，更迥异于60年前。天翻地覆慨而慷，人间正道是沧桑。一方面，当初适用自身需要的美国社会科学包括传播学，由于陷入自娱自乐的内卷化，越来越失去思想的活力与学术的敏锐，就像华人学者黄宗智批评的：“今日美国一般的社会学、政治学系，对学生们要求的是首先建立所谓‘理论’或模式，然后才做经验研究，这种认识方法的结果之一是模式堆积如山，绝大多数十分庸俗。”[1] 华人传播学者李金铨在2014年的一篇文章中的看法所见略同：

> 20世纪70年代，我初入研究院就读时，新闻系内部密集出现以下的“理论”：议程设置 (agenda setting)、知识鸿沟 (knowledge gap)、使用与满足 (uses and gratifications)、沉默的螺旋 (spiral of silence)、认知共同适应 (co-orientation)、第三者效果 (third-person effect)、涵化 (cultivation)、框架和铺垫 (framing，priming)、创新扩散 (diffusion of innovation)，等等。这些“理论”的生命力不等，有的一开始就有气无力，有的刚提出时颇有新意，但因为长期孤立使用，过劳而透支，很快呈现疲态。几十年后，我都快退休了，看过各种走马灯似的流行，抓住几个老题目不断再生产，固然资料累积很多，但见解增加几许？何况连这类“内部理论”也长久不见有人提出，而整个学科生态又满于划地自限，不作兴跨学科互动，其理论贫瘠的尴尬境况可想而知。坦白说，今天在美国有些大学博士课程，可以狭窄到从上述的“理

1　黄宗智：《经验与理论：中国社会、经济与法律的实践历史研究》，第545页，北京，中国人民大学出版社，2007。

论”选择一个题目，写一篇不痛不痒的论文，就可以拿到学位了。[1]

另一方面，更值得我们深思的是，这样一种传播学在整体思路上是否束缚了我们的学术想象力与创造力，对迅速发展、急剧变化的中国来说，其核心概念与基本理论是否足以有效地解释现实，更不用说有益地改变现实了。正如不止一位学者指出的，与其他人文社会科学相比，中国传播学已经无法与当代中国及其传播实践展开生机勃勃的对话。那么，原因何在呢？除了美国传播学自身的生命力萎缩，解释力下降等，关键恐怕还在于这套学术话语的理论预设与核心关切即使不说与中国社会大相径庭，至少也是颇异其趣。如前所述，美国传播学源于二战前后自身的一系列社会历史语境，由于尊奉资本主义市场经济、民主政治、自由主义美国梦等，更由于世界霸主的野心与地位，而形成一种特色鲜明的学术旨趣以及研究内容。如果说美国经济学的理论预设是利益最大化，政治学的核心关切是分权制衡，那么，传播学的理论预设与学术关怀可否归结为实用主义的观念形塑呢？如政治传播的形象塑造、商业传播的品牌营销、文化传播的价值推广等，说到底都致力于实用哲学基础上对人的观念的影响与塑造，如同基督教传教追求的目标，极而言之就成为“洗脑”（brainwashing），美国人发明“洗脑”一词看来并非偶然。

既然如此，那么，假如超越这一理论预设与核心关怀，以开放的学术视野、鲜活的问题意识审视中国社会及其传播，是不是能够发现全新的、被遮蔽的核心问题呢？如果说经济学的中国血统是经世济民，政治学是小康大同，文艺学是气韵意境，那么，传播学的关键词可否归结为理想主义的世道人心呢？具体说来，自古及今，中国人的传播行为及其观念在个人层面讲求正心诚意，在社会层面讲求将心比心，在天下层面讲求心心相印，这一切无不关乎人心或世道人心。厦门大学新闻传播学院教授陈嬿如有部著作《心传：传播学理论的新探索》，“心传”一语颇为传神地触及中国传播的核心旨趣。人类历史上，恐怕没有比中国人更在乎人心了，仅看流传不息的民谚俗语就可略知一二：足寒伤心，民怨伤国；屋漏在上，知之在下；兄弟同心，其利断金；大势所趋，人心所向；众心成城，众口铄金；人心不古，世风日下……从世道人心的视角入手，也许更能深切洞明地切入中国社会及其传播肌理，从而把握人间正道与传播正道。你看，飞将军的“桃李不言，下自成蹊”；诸葛亮的“鞠躬尽瘁，死而后已”；曹操的“周公吐哺，天下归心”等，说到底无不在于正心诚意，他们的美名天下扬，并非源于刻意的传播，而是来自心悦诚服的倾心。自然的倾心与人为的洗脑，不说大相径庭，也是颇异其趣

1 李金铨:《传播研究的典范与认同》，载《书城》，2014（2）。

的。立足观念形塑的美国传播学面对难以形塑的对象如穆斯林时，充其量只能设身处地地“理解”所谓“我不同意你的观点，但我誓死捍卫你的表达权利”，就像赵汀阳一针见血挑明的，无非是温和的原教旨主义而已。[1] 而立足世道人心的中国传播与传播学，则在“礼不往教”之际，更着眼于心有戚戚焉的“接纳”，由此形成一种由近及远和而不同的传播生态，如，心平气和、政通人和、天下大同——显然比观念形塑的传播与传播学包含远为丰富的人文社会历史蕴含。

反思中国传播学也好，重构中国传播学也罢，归根结底无不基于中国社会的历史传统与文化逻辑，正如美国传播学无不基于自身历史传统与文化逻辑而繁衍生息。因此，我们只有真正了解中国，才能明白传播何为，学问所在。那么，不妨扪心自问一下，我们是否了解中国，或者说自己了解的是怎样的中国呢？历史的中国？现实的中国？发展的中国？问题的中国？城市的中国？乡村的中国？内地的中国？边疆的中国？影像的中国？想象的中国？宝马香车、夜夜笙歌，还是热血、辛劳、眼泪、汗水的中国？诸如此类，纷繁错综，横看成岭侧成峰，远近高低各不同。清华国学院 2014 年编辑出版了一本演讲录，包括五位国学院导师的学术报告，总题为《全球史中的文化中国》，从各自专业角度对中国历史文化进行了深入浅出的剖析。如果说《全球史中的文化中国》着眼于历史中国与文化中国的解读，那么今年“中国好书奖”获奖图书《道路自信：中国为什么能》，则可谓对现实中国与政经中国的剖析，汇聚了 15 位具有战略思维的专家学者的访谈，如曹锦清、史天健、王绍光、张文木、金一南、林毅夫、胡鞍钢、潘维……这些剖析解读虽然各抱地势，取舍万殊，但都有一个大写的中国，借用许纪霖的话说：“什么是现代中国，这一被认为是过于宏观和空疏的大问题，需要再次提出来引起我们的思考，因为任何一个微观的研究，都要借助某种宏观的知识背景，即使不研究宏观问题，也总是会自觉或不自觉地依赖于某一个或几个理论预设或者框架背景；而任何一个微观领域的研究，其真实的意义也只能放在宏观的知识背景里面才能获得理解。”[2]

我们知道，中国是一个历史悠久、人口众多、内涵丰富的国家。怎么认识中国、了解中国、把握中国，人们往往也像盲人摸象各执一端。对此，毛泽东的一篇经典文章《论十大关系》，提供了一种哲学认识论的思路与方法。也就是说，认识中国特别是现代中国，离不开十个相反相成的关系或相辅相成的矛盾，中国特别是现代中国从哪

1　赵汀阳：《没有世界观的世界》，91 ～ 112 页，北京，中国人民大学出版社，2003。
2　许纪霖、刘擎主编：《何谓现代，谁之中国？——现代中国的再阐释》，3 页，上海，上海人民出版社，2014。

里来，往哪里去，就取决于这十大关系或矛盾，原文的表述是重工业与轻工业、农业的关系；沿海工业与内地工业的关系；经济建设和国防建设的关系；国家、生产单位和生产者个人的关系；中央和地方的关系；汉族和少数民族的关系；党和非党的关系；革命和反革命的关系；是非关系；中国和外国的关系。虽然十大关系及其表述如今不见得一一适用，正如马克思一百多年前的具体提法如今不见得一一恰切，但十大关系中的认识论和方法论却依然是理解现代中国的“要领”。按照十大关系的思路与方法，重思中国传播学有四组关系尤为突出，构成不可或缺的思想维度：一是，城市与乡村的关系；二是，内地与边疆的关系；三是，古代与现代的关系；四是，中国与世界的关系。习近平主席与北京大学师生座谈时，提到国有四维，礼义廉耻，“四维不张，国乃灭亡”。重思中国传播学也有四个命运攸关的思想维度，四维不张，学乃灭亡。

先看城市与乡村的关系。

在世界几大文明体系中，中华文明的乡土色彩最为鲜明，先秦的耕战、千百年来的耕读传家与游牧经济、现代费孝通提出的“乡土中国”等，都可谓这一中华文明的突出表征。即使汉唐盛世、宋、元、明、清出现了当时世界上罕见的国际大都市，长安、洛阳、汴梁、临安、金陵、北京等，也同样与乡土中国水乳交融，城乡始终存在一种有机互补的结构，就像《水浒传》《金瓶梅》《红楼梦》以及“三言二拍”等明清小说中的生活图景。“昨日入城市，归来泪满巾，遍身罗绮者，不是养蚕人”。宋人张俞这首《蚕妇》，是孩童都熟悉的作品。且不论作品主题，仅看进城出城，家常便饭，就反映了一种自如的城乡关系。随着近代列强入侵，出现了一批半殖民地的条约口岸城市，打破了传统中国的城乡格局，一种新的城市文明不仅带来现代的一整套生活方式，而且由于这种新型城市更与全球资本主义体系相关联，即《共产党宣言》所言，“它使农村从属于城市”“使东方从属于西方”，从而同乡土中国的农耕游牧传统渐行渐远，中华文明由此遭遇数千年未遇之变局。城里人对乡下人的歧视，如“乡巴佬”等流行语,就是这一新型城乡关系习焉不察的例子。世纪之交的“三农”问题与当下“新三农”问题——农民工、失地农民和村落终结，也无不源于这一城乡结构引发的千年变局与百年动荡。从现代文学中,更可以直观地感受这一巨变：鲁迅的《故乡》、茅盾的《子夜》、老舍的《骆驼祥子》、萧红的《呼兰河传》、沈从文的《边城》、丁玲的《太阳照在桑干河上》、赵树理的《三里湾》、柳青的《创业史》、浩然的《艳阳天》、路遥的《平凡的世界》、刘亮程的《凿空》……北京大学青年学者贺桂梅在一篇近作中，论述赵树理的“乡村乌托邦”时更是尖锐指出：

21世纪中国的最大变化在于，它实际上已经成为一个“城市国家”。这个剧烈的城市化过程，是以乡村社会的停滞、破坏乃至崩解为前提的，因此世纪之交提出的“三农”问题才格外严峻。在新的城乡关系结构中，如何修复乡村社会并在传统社区基础上重建“公共性”，成为重要议题（黄平、温铁军等）。[1]

对城市与乡村的关系，如今上上下下越来越意识到其民族存亡、文明永续的意义。从每年的中央“一号文件”，到“十八大”以来着力推进的美丽中国——“望得见山，看得见水，记得住乡愁”；从习近平的绿水青山就是金山银山，到他强调把中国人的饭碗牢牢端在自己的手中，都表明一种日渐明确的忧患意识，即中华民族伟大复兴的中国梦历史性、宿命性地取决于城市与乡村的有机关联。2015年中央政治局第22次集体学习的主题就是城乡关系。习近平主持学习时说：要把工业和农业、城市和乡村作为一个整体统筹谋划，建立城乡融合的体制机制，形成以工促农、以城带乡、工农互惠、城乡一体的新型工农城乡关系。与此相应，近年来，一批传播研究成果，也在城市与乡村的维度上纷纷展开，有些博士论文作出颇富新意的探讨。不过，传播学总体上还延续着20世纪80年代“新启蒙”的思想逻辑，这套逻辑在80年代末的电视政论片《河殇》里得到集中展现，虽然片中用了不少诗意化的煽情句子，呼唤国人告别黄皮肤、黄土地的黄河文明，拥抱蔚蓝色的海洋文明，而核心意思无非一句话——全盘西化。与此同时，广大山乡也被当作愚昧、落后、封建、保守的东西遭到排斥和放逐。告别乡村，走向城市；告别中国，走向世界（西方），成为现代性的集体无意识。受制于这套逻辑的中国传播学，正如赵月枝教授在《重构中国传播学》一文中的批评，不仅是西方中心主义的，而且也是城市中心主义的。2015年“两会”期间有部环保纪录片，一度引起网民热议，这部涉及雾霾的作品为赵月枝教授的判断提供了传播实践领域的一个最新佐证。破土网上有篇文章分析得不无道理：

雾霾的危害并不仅仅面向中产阶级，但它却是中产阶级最为关切的污染。城市对空间的特有配置，让城市居民与土壤和河流隔离开来，因此土壤和水污染对于他们而言，并不具有切身的意义。只有城市上空的大气，无视城市对空间的安排，同样笼罩在所有阶层的头顶。因此，大气污染是中产阶级最为可见的污染，他们比所有人都更需要蓝天。然而，对于身处农村空间中的穷人而言，土壤和水就是直接的生产和生活资料，相比于蓝天，干净的土壤和水对他们更有用处，因此，他们也是

1　贺桂梅:《赵树理的乡村乌托邦》，载《中华读书报》，2015-04-29。

土壤污染和水污染最直接的受害者。

农村的污染程度远大于城市地区，农村居民为此承受的健康损失也远大于城市。然而，底层民众因此承受的环境苦难，与公共舆论对他们的关注程度并不匹配。这部分是因为……对舆论报道的压制，但在更大程度上，还与农村居民缺乏公共舆论的话语权有关。于是，那些比雾霾要更为严重的环境污染，我们看不见也触不到，它们不被表征，而仅仅以一种高风险、不确定、无边界的形态，与千千万万底层民众的生活缠绕在一起，成为他们的梦魇。[1]

再看内地与边疆的关系。

关于这对关系，毛泽东在《论十大关系》中有段话说得好，“我们说中国地大物博，人口众多，实际上是汉族‘人口众多’，少数民族‘地大物博’”。如果说城市与乡村的关系虽说恍恍惚惚，但还在视野之中，那么内地与边疆的维度则日渐从人们意识中消弭殆尽了，只剩下类似萨义德揭示的“东方学”图景——遥远的、神秘的、传奇浪漫的、异域风情的。例如，无论新闻传播学，还是新闻传播业，不难觉察一种潜在的社会心理，在记者、学者、学生看来，中国差不多就等于内地，中华民族基本上就等于汉族，中文更是等于汉语，对毛泽东念兹在兹的问题要么浑然不觉，要么以高高在上的心态遥望辽远边疆，中央民族大学青年学者关凯称之为“挟现代性以自重”的优越感。[2] 近年来由于边疆问题凸显，又形成一种西方式的“恐怖主义”想象，自觉不自觉地将少数民族与恐怖分子联想起来。某江浙名校的青年学者甚至觉得西部又穷、又破、又乱，索性丢弃算了。尽管这只是个别极端例子，但令人深思的是，对费孝通提出的“多元一体”的政治文化共同体、对赵汀阳阐发的“天下”以及“中华大家庭”，有多少人具有“了解之同情”（陈寅恪）、“温情与敬意”（钱穆）呢？又有多少人不把多民族当“包袱”，不把民族问题当“麻烦”，不把少数民族当“外人”呢（郝时远）？诗人沈苇在人文百科全书式的《新疆词典》中，讲述了一个耐人寻味的故事。有位少数民族兄弟去北京旅游，回家后邻居问观感，他回答道：北京不错，就是太偏远了。听了这个故事，有些人会发笑，殊不知可笑的可能是自己。按照今天世界地图，上边是北半球，下边是南半球，“南北对话”“南南合作”都是基于这一地理认识。而在古代阿拉伯的世界地图上，现在的南半球却在上边，而北半球在下边。猛一看以为阿拉伯人幼稚可笑，而稍一琢磨就明白真正幼稚可笑的是我们自己呀。与之相似，边疆与内地的维度也是

1　夏永红：《环境治理的政治学》，破土网 http://www.groundbreaking.cn/huanbao/1210.html。

2　关凯：《被污名化的“边疆”：恐怖主义与人的精神世界》，载《文化纵横》，2014（3）.

同样道理。

清华大学国学院姚大力教授，在《多民族背景下的中国边疆》演讲中，以超越现代性的宏阔历史视野，揭示了多民族统一国家的前世今生，从中华民族历史文化和中国国家建构的漫长过程中提炼了三个主题词：由南到北、由北到南、由东到西。所谓由南到北，是指史前人类从南方进入中国境内，在寻求生活资源的艰苦迁徙中不断分化、不断融合的历程："他们在全国各地留下了许许多多的史前文化遗迹，创造出一幅中国史前文化多头起源、多元发展，并在早期人类拓宽自身生存空间的过程中互相发生交互影响的灿烂画面。"[1] 这一历史进程约在公元前 2000 年，随着夏、商、周三代在中原的兴起而结束，中华文明也由此出现雅斯贝尔斯说的"轴心时代"，以及文明的突破，有了定居农业，有了牲畜养殖，有了文字，有了城郭，有了诸子百家。公元后第一个 1000 年，华北或中原又成了中国历史文化不断向前推进的动力所在，历史变迁的空间节奏开始从"由南向北"转为"由北向南"，如南北朝的人口大规模南迁，宋、元时代的南渡与江南地区的开发。

不管是由南到北，还是由北到南，都是雨养农耕文明的拓展，主要分布于有名的"胡焕庸线"以东。"胡焕庸线"是以历史地理学家胡焕庸命名的，他从东北鸡冠上的黑河到云南的腾冲画出一条直线，中华版图由此分为东西两大板块。这条线与 300 ~ 400 毫米的年降雨量分界线走向一致，此线以东，年降雨量在 300 ~ 400 毫米以上，以西在 300 ~ 400 毫米以下。"胡焕庸线"又称"黑河 — 腾冲线"，也是农业与游牧经济的分界线，汉族农耕文明及其传播停在这条线不是偶然的："把这根线叠加到中国各民族分布图上，就不难看出，在它以东，除去朝鲜族、壮族、侗族、傣族等其他几个农耕民族外，占绝大部分是汉族人口。在它以西，则是广大的少数民族聚居区。所以它也可以被大致看作是汉族与其他少数民族分布区之间的划分线。"[2] 而将"胡焕庸线"东西两大板块融合起来，逐渐形成浑然有机的文明共同体，这一丰功伟业就不能不提到边疆少数民族，特别是自古以来各少数民族王朝对中华历史文化与中国国家建构的历史性贡献了。按照姚大力教授分析，这就是公元第二个 1000 年间由东到西的历史过程：

> 把幅员广大的西部非汉人区域巩固地纳入统一的多民族国家版图，也就是历史中中国的国家建构从东到西覆盖到今天的全部中国版图的任务，就历史地落在诸如元、清这样的少数民族王朝的肩上。

1　清华国学院编：《全球史中的文化中国》，152 页，北京，北京大学出版社，2014。

2　清华国学院编：《全球史中的文化中国》，159 页，北京，北京大学出版社，2014。

> 把过去几千年内中国国家建构的历史进程，理解为仅仅由内儒外法的专制君主官僚制这一种模式之起源、发展和演变所支配的看法，并不完全符合历史的事实。它实际上是由内儒外法的专制君主官僚制和以辽、金、元、清等政权为代表的内亚“边疆”帝国体制这样两种国家建构模式反复地相互撞击与整合的过程。如果没有满族、蒙古族和藏族等民族对创建中国多民族统一国家的贡献，就不会有今天这样版图规模的现代中国。
>
> 由于两种不同的国家建构模式相互整合的历史传统，中国的形成才可能与这个世界上几乎所有其他现代国家不同，不是诞生于旧式帝国的瓦解和分裂之中，而是能够基本完整地将帝国时代的国家版图转换为现代中国的疆域。[1]

这里，边疆帝国模式对中华民族历史文化和国家建构的伟大贡献，不仅在于形成一种多元一体的文明格局，也就是美国政治学者白鲁恂说的，中国其实是一个民族国家伪装下的文明国家；而且在于提供了一种更具包容性的政治理念，如，清帝国对满洲实行八旗制度；对蒙古实行盟旗制度；对中原实行行省制度；对西南少数民族实行土司制度；对西北回疆实行伯克制度；对西藏地区实行政教合一制度——是谓“一国多制”。可想而知，在这一系列因地制宜的治理模式中，蕴含着对不同生活方式与文化传统“发自内心的尊重”。新中国的民族区域自治制度以及处理港、澳、台问题的“一国两制”，追根溯源也都源于这一伟大的文明传统。这种传统既为中华民族生生不息奠定了必不可少的根基，又与内地汉文化的精神气质若合一契，正如在新疆生活工作十多年的王蒙所言：“祖国各地，包括新疆、西藏等少数民族聚居区，文化上有着相当接近的追求与走向。其传统文化在总的方向上是一致的，比如敬天积善、古道热肠；尊老宗贤、崇文尚礼；忠厚仁义、和谐太平；勤俭重农、乐生进取等。”[2]

上述两个思想维度，对重思中国传播学有什么意义呢？简言之，如果缺乏城市与乡村、内地与边疆的思想维度，那么，就难免出现台湾新儒家徐复观当年反思国民党组织机构的致命缺陷时揭示的问题：“横向不到边，纵向不到底。”所谓横向不到边、纵向不到底，是指这套西方中心主义与城市中心主义的传播及传播学即使适用，也多限于东部地区，更关注“北上广”发达状况，包括网民、中产阶级、消费主义、商业文化、个人自由，甚至拜金主义、“普世价值”等意识形态迷思，而在广大的基层乡村与西部边疆则往往圆凿方枘，甚至格格不入。比如，香港的回归说到底是人心的回归，

1　清华国学院编：《全球史中的文化中国》，160 ~ 165 页，北京，北京大学出版社，2014。

2　王蒙：《与边疆一起奔向现代化》，载《人民日报》，2014-07-07。

中华民族大家庭的平等、团结、和谐、友爱归根结底也在于人心政治，人类命运共同体更是同样离不开人与人的相亲、心与心的相通，这一切都无法指望去政治化的美国传播学理论提供灵丹妙药，更无法指望一些虚情假意、雕虫小技的传播技巧，而需要立足于中华文明的传播传统——正心诚意、将心比心、心心相印。

以上重点谈了四维中的两维，城市与乡村的关系、内地与边疆的关系。下面再简单说说其他两个同样关系重大的维度——古代与现代、中国与世界。如果说城市与乡村、内地与边疆更体现了内生性关系，那么古代与现代、中国与世界则更蕴含着外在性制约。由于这两个关系维度及其相关问题有点老生常谈了，这里只需有针对性地提示一二。

古代与现代、中国与世界的问题，简言之就是古、今、中、西四个字，重思中国传播学也落在古、今、中、西的坐标系，相信其他学科也不例外。关于古、今、中、西，有一点需要特别关注。如今说起中华民族伟大复兴的中国梦，要么祖述秦皇汉武、唐宗宋祖、一代天骄；要么心仪当下世界第二大经济体，以及各方人士乐观预期中国经济赶超美国的愿景，而对辉煌的古代如何崛起为当下，不是罔顾左右而言他，就是七嘴八舌，莫衷一是。换言之，我们对伟大的古代越来越感到豪情万丈，对崛起的当下越来越觉得理直气壮，而对由古变今的转化过程，具体说对“鸦片战争”以来，特别是共产党诞生、新中国成立以来的历史意味则好像越来越恍恍惚惚、语焉不详。而恰恰这一点构成古、今、中、西的命门，牵一发而动全身的关键，群山万壑赴荆门，这就是现代中国的“荆门”，没有这一点，群山万壑就像群龙无首了。对此，《宪法》、党章固然有明确表述，一系列重要文献也有权威论述，习近平总书记对“两个三十年”的概括更是直指要害，然而，时下精英知识界及其影响的舆论场却日益弥漫着五光十色、乱花迷人的历史虚无主义。这里的虚无主要针对的，就是伟大的古代与崛起的当下之间的百年风云，特别是共产党、新中国的光荣与梦想，在此期间如果有什么值得一提的，也好像只剩下不堪回首的一系列痛苦记忆——弯路、错误、灾难、浩劫等，据说晚清与民国除外。1938 年抗日烽火中，诗人艾青写了一首诗《我们要战争——直到我们自由了》，今日重温是不是也可以多少唤醒一点渐行渐远的历史记忆呢：

让我们流着眼泪
送走古老的中国
腐朽的中国
送走那
高利贷的

包身工的
学徒的
童养媳的
一切写了卖身契的奴隶的中国

不要怜恤让我们送走那
挤满了鸦片烟鬼的
走私的、流氓的
军阀的
官僚的
汉奸的
敌探的中国

在他笔下，如同“五四”新青年、延安新文人共同认识的，“国家的独立，和人民的自由、幸福，不是由于祈祷获得的，而由于广大人民的鲜血和一片被蹂躏得糜烂了的土地所换取来的。现代中国的建设的基础不是奠定在空想和梦幻的沙滩上，而是奠定在它的人民的英勇牺牲所表现出来的意志的花岗岩上的”。[1] 另外，正如国史学者李捷颇有洞见指出的，历史虚无主义之虚无还不在于虚无历史，因为流血流汗的历史，改天换地的历史，不可能上下嘴唇轻轻一碰就真的化为一缕青烟，历史虚无主义本质上虚无的还是历史中的价值，也就是共产党领导人民创立新中国，开辟社会主义道路的意义。[2] 古、今、中、西的关系维度如果模糊了这一关键性的历史与价值，就无法理解伟大的古代怎么成为崛起的当代，中华民族伟大复兴的中国梦就真成为前不着村、后不着店的空中楼阁。同样，模糊了这一关系重大的历史与价值，中国传播学以及其他学科，也就难免沦为惶惶不可终日的丧家之犬。群山万壑赴荆门，这也是中国传播学的“荆门”。

梁启超先生曾将中国分为三段论：一是中国之中国；二是亚洲之中国；三是世界之中国。从古代的“中国之中国”一步步成为如今的“世界之中国”，关键正在于“鸦片战争”以来“古今中西”的凤凰涅槃。换句话说，如今我们所面对、所身处的中国，

1 艾青：《诗与时代》，1939 年 7 月；收入艾青：《诗论》，63 页，北京，人民文学出版社，2013。
2 李小佳：《不能以猎奇的心态读党史——访中国社会科学院副院长、当代中国研究所所长李捷》，载《解放日报》，2013-10-31。

已是一个在古、今、中、西的交互作用中浴火重生的新中国，就像“五四”新诗人郭沫若热切向往的“凤凰涅槃”的新中国。不管我们多么热爱传统文化，弘扬国学、儒学，不管怎样尊孔读经，喜爱琴棋书画、汉字书法、唐诗宋词、四大名著、四大发明，我们都不能不面对一个显而易见的事实：祖先的荣光都已随风飘去，我们活生生面对的、身处的已是经过现代风雨洗礼的新中国、新文化。我们只能在历史给定的舞台上，建设新中国，发展新文化，包括新的学术思想。在这种新文化包括新的学术思想中，我们当然需要、而且必须继承优秀的中国文化；需要、而且必须扬弃优秀的他国文化，但所有这一切都不是为了成为古人，更不是为了成为外人，而是为了古为今用，洋为中用，百花齐放，推陈出新，一句话，为了我们的新中国，为了我们的新文化。

拿传播学科来说，随着中国发展的历史进程，特别是“两个一百年”目标日渐逼近，以及相应的文化自觉日渐凸显，如何在传播学科中体现中国人在传播理论与传播实践中的立场、观点与方法，改变传播研究亦步亦趋、唯人马首是瞻的总体格局，已经成为大势所趋，人心所向。中国数千年幽远的文化传统，从诸子百家的传播思想，到因人而异、因地制宜等传播习俗，尤其是百年来中国道路的探索与实践，如马克思主义的传播、新文化新思想的深入人心、无产阶级文化领导权的兴衰起落、党性、人民性的现代传播意识等，都在广阔领域留下丰富厚重的遗产。我们需要、而且应该发掘自己的一切优秀基因，但目的在于发展繁荣现代中国的传播文化，而非陶醉于先人的荣光。同样，我们需要、而且应该学习一切先进的传播理论与实践，不管是美国还是英国，也不管是俄罗斯还是加拿大，只要有益于我们的自主创新，都只管拿来，为我所用。而这里的关键在于以我为主，也只能以我为主，不能、也不可能以古人为主，以外人为主。传播学科有个说法叫本土化，对此我有点不以为然。因为，本土化预设了一个高高在上的东西——往往是美国的东西，而这个东西一出生就好像具有不言而喻的普适性，无可置疑的真理性，人们只需结合各自不同的本土实际，将这个居高临下的东西转换成各种各样在地的东西，这就是本土化及其实质。实际上，稍微追问一下就明白，美国传播学不是本土的吗？不是根据本土实践而生成发展的吗？离开美国本土，这些东西从哪里来呢？黄宗智从实践角度明确指出，“世界上没有放之四海和古今皆准的绝对、普适真理。任何理论都有它一定的历史和社会背景，都得通过当时的环境来理解”“意图普适的理论，其历史背景都是特殊的，与特殊理论的不同最终只在于其话语权力”“大家千万不要迷信追求任何超越实际的全能性理论，因为它只可能是通过强权而建立的

意识形态”。[1] 马克思、恩格斯的一段精彩论述，对我们理解所谓本土化问题尤有启发，他们在批评德国哲学家搬弄法国的社会主义文献时写道：

> 在这种著作从法国搬到德国的时候，法国的生活条件却没有同时搬过去。在德国的条件下，法国的文献完全失去了直接实践的意义，而只具有纯粹文献的形式，它必然表现为关于真正的社会、关于实现人的本质的无谓思辨。[2]

今天要讲的就是这些，下面再对前面的内容作个小结。中国传播学是 20 世纪 80 年代，从全面引进美国传播学开始建构的，在其学习阶段难免亦步亦趋，而如今无论是美国传播学，还是中国传播学都面临危机，需要全面反思与重构。基于对中国社会历史文化的理解与把握，特别是城市与乡村、内地与边疆、古代与现代、中国与世界的关系维度，我们应该首先思考与明确中国传播学的理论预设与核心关切。为此，这里尝试提出世道人心的命题作为一种考虑，包括个人层面的正心诚意、社会层面的将心比心、天下层面的心心相印。这样一脉传播传统致力追求的不是高高在上的改变观念，而是多元一体的心平气和、政通人和、和而不同。最后，请允许我用两句前辈大家的名言，作为重思中国传播学以及类似问题的基本原则，并作为本次讲座的结束语，两句话又是清华园两处景观的标志：一是陈寅恪的“我民族独立之精神、自由之思想”；一是闻一多的“诗人主要的天赋是爱，爱他的祖国，爱他的人民”。

录音整理：大岛樱子、周丹琪、陈薇、尉爽生

校对：李海波　王沛楠

1　黄宗智：《经验与理论：中国社会、经济与法律的实践历史研究》，527 ~ 529 页，北京，中国人民大学出版社，2007。

2　中共中央马克思、恩格斯、列宁、斯大林著作编译局：《马克思恩格斯文集》，第二卷，第 57 ~ 58 页，北京，人民出版社，2009。


学科前沿

第一讲
在改革中构建新闻传播教育科学体系[1]

◎ 柳斌杰

1948 年 9 月生，陕西长武人，北京师范大学外研所西方经济专业和中国社会科学院研究生院哲学系认识论专业毕业，硕士研究生、教授、博士生导师、高级经济师。1968 年参加工作，1971 年加入中国共产党，先后在白银有色金属公司、共青团中央、四川省人民政府、中共四川省委、国家新闻出版总署、国家版权局工作。现任第十二届全国人大常委、教科文卫委员会主任委员，清华大学新闻与传播学院院长。兼任北京师范大学出版科学研究院院长，北京师范大学、中国传媒大学、上海理工大学等校博士生导师。出版了《现代国民素质论》《人类进步的旗帜》《文化力论》《WTO 协议解读》《中国的外交哲学》《论文化体制改革》等专著，主编《灿烂中华文明》《中国域外汉籍》《中国名记者》《辉煌历程》等大型丛书。

选择这个题目和大家交流，主要有三点考虑：第一，党的十八届三中全会召开后，中国进入了七年的改革攻坚期，我们整个教育体制和新闻传播教学体系也被推到了改革的前沿。第二，清华大学新闻与传播学院已走过了 10 年，第二个 10 年才开始，前不久召开了一次全国传媒界专家学者的座谈会，就学院未来 10 年改革发展，听取了各位专家的意见和建议。我们正在谋划怎么样把学院办成国内领先、世界一流的新闻与传播学院，讨论制订 10 年改革发展规划。第三，清华大学作为国家高等教育体制改革的试点院校之一，也将进入改革攻坚期，学校和师生也十分关注我们新闻传播教育的改革发展。为了让大家了解这个全局，因此就选择了这个题目，跟大家做一些交流。

在新闻与传播学院，无论是老师还是同学，都是共同的职业理想和职业追求把大家聚集起来的。选择了新闻传播这样一个专业，无疑你就选择了社会责任和社会服务的方向，选择了人生的担当和事业的追求，你的未来就跟这个选择紧密地联系在了一

1 演讲时间：2013 年 11 月 21 日。

起。在追求真理、记录历史、伸张正义、维护公平、为民执言的光荣岗位上，你的艰辛、你的风险、你的业绩、你的荣耀也就与你的职业生活联系在了一起。从全世界最近发生的一些重大事件，你就可以看出，新闻传播这个事业是非常特殊的，它是透明的、公开的、大众的，监督社会也受社会监督的一个公共门类。中外新闻传播实践都证明，新闻事业这一行的基本功就是要明大势、识大体、顾大局、谋大业，在纷繁复杂的社会现象和千变万化的现实中，去发现、去选择、去加工、去传播真实可靠的事实信息，发表有利于文明进步的言论，开展维护公平正义的批评，引导舆论的主流方向。经过一定阶段的专业学习，大家对这个职业的基本性质已经有了一个初步的认识。这里，我想给同学们讲讲怎么去判断大势、辨识大体、把握大局、谋划大业这些基本功。

一、明大势而进

一百多年前，中国新闻先辈们就指出，“世界潮流，浩浩荡荡，顺之者昌，逆之者亡”。搞新闻、搞传播始终要眼观世界风云，把握大势，引导潮流。特别是在当今时代，从事新闻传播职业，把握规律、判断趋势更是一个基本的出发点和立足点。为什么要这样讲？因为我们现在的社会正处于一个工业化、信息化、全球化、现代化加速推进的新时代。生活在一个世外桃源或是远离城市的一座孤岛，像陶渊明遁世、鲁滨逊漂流一样的经典场景，在当今社会已经不存在了，每个人都会自觉不自觉地意识到自己是这个人类群体里的一员，自觉不自觉地都会处在一个社会的公共关系之中，愿意不愿意也要被海量信息所包围。目前这个大势与我们新闻传播专业密切关联的有三个方面的重点，必须要把握好：

（一）十八届三中全会的国家大势

这是改革开放 35 年以来党中央召开的第七个三中全会，过去的中央全会对中国的改革也作过一些决定，算下来大概有十几个，但就其深度、广度和力度而言，十八届三中全会无疑是最大的一次，涉及到整体改革、综合协调推进，而不是像刚开始改革时，农村先突破，4 年后再转向城市推进国有企业改革，接下来再搞科技、教育、文化等改革。现在的改革已经不是那样了。十八届三中全会《决定》内容大家要很好地学习，它指引了中国之大趋势。我这里再强调一下大家需要了解和把握的几个重点：

一是全面深化改革。中央决定成立全面深化改革领导小组，从顶层设计到具体实施，

要全面深化，对改革的各个门类都做出了设计，围绕改革的六大方面全面提出改革的要求，社会最关心的政治体制改革足足用了三部分篇幅进行论述，例如，对党的领导、人民当家做主、依法治国相统一的政治制度的改革；政府行政职能的改革；党的建设制度的改革，都有明确要求。新闻传播和政治制度联系密切，这次改革将会对新闻传播改革发展产生很大的影响。

二是提升改革目标。改革攻坚已经进入决胜期，十八届三中全会明确规定用 7 年时间基本建成社会主义市场经济，改革的目标是基本实现国家治理体系和治理能力的现代化。这是一个很高的要求，是过去所没有的。过去的改革始终是围绕建设市场经济体系展开的，这次中央确立的改革大目标发生了变化，就是完善中国特色社会主义制度，推进国家治理体系和国家治理能力现代化，这就上升到国家、社会治理制度的层面，是一个很大的变化，带有根本性、长远性。

三是突出改革重点。通过“六个围绕”讲明经济体制改革、政治体制改革、文化体制改革、社会管理体制改革、生态文明体制改革和党的建设制度改革的重点。如，在文化体制改革中，强调围绕核心价值体系、建设文化强国和深化文化体制改革；在教育、科技、卫生等社会体制改革方面，主要强调的是公平正义、惠及人民；重点要求都是非常突出的，这更加明确了未来改革的重点和方向。

四是强调市场的决定性作用。在资源配置方面，过去讲市场是发挥基础性作用，现在讲是决定性作用，表明了中国转向市场经济的决心，而且围绕这个决定性作用还做了城乡一体化发展等相应部署。城乡一体化发展是解决地区差别、城乡差别的一个关键问题，这些年东、中、西部和城市、乡村地区发展得很不平衡，差距不但没有缩小反而扩大了，这次改革就是要缩小城乡差距，实现城乡一体化发展。

五是强调人民主体和依法办事。人民是社会改革的主体，所以在每一个部分都强调了公平、正义和全体人民的权力、利益，强调了权力运行、公开透明，一切国家事务要置于人民群众的监督之下,突出了人民当家做主的主体地位。我们要建设法治社会，必须要依法办事,特别强调执政党也要依法办事,很快将出台规范执政党依法执政规定，强调任何人不能超越法律制度的规定，坚持依宪治国、依法治国、依法执政、依法行政。

六是强调简政放权。“十八大”以来，全国人大和国务院出台了一系列法律法规，大大削减了掌握在政府手中的权力，还权于民、还权于企已经是一个总的趋势。在资本进入的限制方面，包括经济、文化、教育这些敏感的领域，都要降低门槛、予以开放。另外就是扩大各个社会组织的自主权，减少政府对企业、学校、医院这些单位的干预，减少对公民应有权利的干预。我们社会是从计划经济过来的，过去政府管得太多，干

预了基层社会和公民权利，影响了基层社会的活力和公民创造力的发挥。对于学校而言，一方面，要进行去行政化改革；另一方面，要扩大学校自主办学的权力，将学校当作真正的学校去办，发挥教授治学的作用。

七是强调了三个解放。在解放思想、解放和发展社会生产力的基础上，进一步提出要解放和增强社会活力。改革到了今天，面临许多困难问题，我们明显地感觉社会创造力比不上别人，所以强调要解放社会活力。这样一个大的局势，预示着中国未来发展的方向，将对新闻与传播领域带来一系列的机遇和发展潜力。7 年之后如果我们能够落实这些决定，国家就会发生很大的变化。今天讲这些，是因为改革决定了国家的命运，也跟我们每一个人的命运息息相关，每一个改革的措施都涉及个人、家庭、社会的各个方面，作为新闻传播学专业的教师、实践者和同学，要了解这样一个大的形势，才能正确判断国家未来的前进方向。

（二）全球进入新技术革命时期的传媒业大势

技术是改变传播方式的决定力量，每一个技术进步都会带来传播业革命。从印刷术到数字化都是证明。凡是技术革命都会对生产方式、生活方式带来巨大变化，给社会带来新的发展的前景。这一次也不例外，互联网、云计算、大数据……这些技术变化的直接结果扩大了人类的活动范围，提升了人类的创造能力，改变了我们新闻传播的方式。所以今天来讲新闻信息的国界线、网络世界的防火墙已经不太合时宜了，因为它起不到多大作用。什么原因引起的呢？就是技术变化所引起的。

信息、空间、3D 制造、微生物等领域的新技术发展改变了我们的生产方式，而且改变着我们生活方式和整个新闻传播的旧模式。特别像 3D 打印技术，已经能够打印生产小型飞机，改变了过去焊接、部件加工、组装的方式，在电脑中设计好，材料配方配好，就可以直接打印生产。3D 打印甚至可以制造人的器官，扫描技术设备连上 3D 打印机设备，可以一层一层扫描人体细胞，哪里有缺陷，就在哪里补充，只要有材料，缺的器官就可以补进去。以前我们认为是神话，现在都已经实现。空间技术也有突破性发展，上个月有消息称，人类 20 世纪 70 年代发射的一个宇宙探测装置已经飞出了太阳系，过去推测太阳系外还有巨大的宇宙空间，现在已经证实这个空间是存在的。光纤、存储载体的创新，已经使海量信息传播进入大数据时代。所以大家可以想象，这些技术，对我们未来的传播会产生什么影响，这样一个大趋势一定要掌握好、运用好。

我们说新闻传播学理论和实践体系落后，就是说它没有赶上技术发展的需要。技

术是解决传播发展的一个重要基础因素，它变了你就要跟上，人类历史就是这么过来的。一开始人们只能面对面交流，后来出现了印刷术，就可以远距离传播，《圣经》发行者也说，印刷术的发明使《圣经》得以远距离传播。之后有了电，无线电成为一种新的传播方式，声光电的应用衍生出新的传播方式，就有了电话、电报、电影、广播、电视等。现在又有了互联网和数字技术，也就有了新媒体、大数据等，一开始有人不承认互联网，千方百计去封锁，结果越做越大，只好就认了。所以每一次技术进步都会给传播领域带来巨大的革命。判断大势就是要把握这个规律，坚持与时俱进，要密切关注新技术的发展，及时构建适应新技术发展需要的新闻传播理论体系和实践体系，让学生与时俱进地学习新知识、掌握新技术、适应新形势。

（三）从传媒领域所发生的一些现实问题看大势

最近一两年传媒领域发生了一些问题，首先是《太阳报》、新闻集团在英国出了问题，引起世界公众的关注。紧接着美国又出现了“斯诺登事件”，使整个的全球传播、信息保密等问题又提到了国际日程上。还有最近接连发生的互联网新媒体影响国家安全、人身尊严的一些问题，引起了许多国家的共同关注，传媒本身成了人们关注的焦点。这个问题在中国反响也是很强烈的。昨天在清华大学召开的一个会上我讲了这个问题，今年的记者节的前后，正是中国传媒界非常难过的时候，一些记者受贿问题引起了公众的不满，这些问题也引起了大家对传媒管理的新思考。大家担心这样一些事件会对我们传媒的管理政策产生什么样的影响。以往出现的在管理尺度方面“收与放”“紧与松”“严与宽”这些议论又多起来了。针对最近一些记者、律师、学者、“大V”中出现被抓、被批、被封网的现象，一些人怀疑现在是否出现“政左经右”“言右行左”的风向？民主是不是在“倒退”？面对这些问题，我认为是新闻的公开透明不够，事件报道不充分，使社会产生了误解。改革开放、民主建设、依法治国这些大趋势是不会变的，互联网也是取消不了的，知识分子还是要发挥作用的，媒体还是要监督社会的。

作为新闻这个专业的同学和老师，一定也注意到了这样的现实问题。我仅就这几点提醒大家，一定要认清大势，大势就像长江，几个礁石，几朵浪花，改变不了它滚滚东流的方向。要明大势而进，思考大势之下的新闻传播怎么样学习、怎么样研究、怎么样建设，是与我们密切相关的事情。所以，我们所讲的新闻传播体系要重构，就是因为大势给我们带来了新的要求，不得不改。做传媒要眼观六路、耳听八方、心存公理、顺应潮流，只有把握大势才能从复杂的现象中找到本真，才能从丰富多彩的实

践中找到公众关注的亮点。社会事件是千变万化的，也是相当复杂的，很多真相是遮蔽在背后，规律隐藏在现象的深处，单凭个案和现象往往一时还看不透问题的本质，新闻实践中产生的许多失误往往来源于此。我们要好好研究新闻与大局的关系，提高这方面的能力和修养。

二、识大体而改

我们常讲要识大体，就是要知道最重要的道理和事件。我这里讲的大体是国家整个治理体制。三中全会决定，国家要完善治理体系、制度体系，创造公平正义的社会环境，要办好人民满意的教育。清华大学改革就是大体制的需要，新闻与传播学院的改革同样也是清华大学改革的需要。新闻传播学科在清华大学建立的时间不长，还没有形成自己的体系；受苏联模式、传统计划经济模式影响较小，但由于受国内教育体制的制约，也显得比较陈旧、比较过时，脱离了时代发展的总趋势和新闻传播的新实践。我们涉及的面比较狭窄，技术能力比较落后，缺乏创造活力，人才培养难以适应改革开放和时代要求,无力应对全球传播的挑战。我们总是把新闻传播放在一个特定、封闭的条件下来学习、来研究，这与全球化发展现状不符，也与新闻传播发展实践相脱节。所以，我主张按照改革创新的要求，以贴近时代、贴近实际、贴近群众为主要方向，改造、改革和重构我们的新闻传播教育体系。具体来说，是出于以下几方面的考虑：

一是学生培养要求发生了变化。三中全会《决定》对学生培养提出了包括道德品质、科学素养、社会责任、创新能力和实践能力等新的目标。按照目标来衡量，我们的新闻传播教育体系从招生、考试到教学，都存在不少缺陷，考分不能评价品质，考试考不出创新能力，无法适应新实践对学生培养的新要求。

二是新闻传播环境发生了变化。过去上级开了会，领导拿个笔记本一记，再一级一级往下传达，信息单向灌输，封闭运行，资源是政府的，只要能给你采访证就能当记者。现在是一个立体化、即时性的传播，新闻信息四面八方来，你不努力挖掘，你只能是“旧闻记者”。像中央三中全会精神当天就通过各种媒体传达到国内外，一下子全国人民群众、社会各阶层都知道了。现在的传播也是一个全球化的体制，已经实现了国内国际一体化，国际的新闻就是国内的新闻，国内的新闻也影响国际的新闻。这种全球传播的态势，从格局上发生了变化，各国争夺的不是信息，而是话语权、首发

权。你如果还固守一套原来的老办法管新闻、办新闻，那你只能是脱离实际、自欺欺人、陷于被动。

三是新闻受众发生了变化。受利益多元化的影响，新闻受众已经分层化、个性化、对象化，各种媒体都能够找到它对应的对象。现在是十多种传播方式并存的局面，就是它们各自都有各自的优势和对象，党政干部看报纸；老年读者看杂志；汽车一族听广播；学生青年在网上；流动人口读手机；中小学生在念书；中国大妈看电视……各自都有各自的需要。也许有些人痛恨互联网，但是互联网有着巨大的受众，形成了几乎近半人口的舆论场；有些年轻人看不上主流媒体，但是主流媒体是国有官办，权威性无可置疑，国内外都有它的市场。在这样一个多元化、分层化、个性化、对象化的阅读时代，各种媒体都可以通过固有的特性，找到自己的出路、找到自己的对象，长期并存是必然的。所以我们教新闻学、传播学，把势、道、术、技融合起来，创造新体系，仅用一个模式或只教一个方面，是不能适应外界对传播人才多方面的需要的。

四是新闻传播形态发生了变化。过去的新闻传播是一成不变的刻板的形式，现在则是国际国内互通、线上线下互联、官方民间互动、传统数字互用的新局面。过去只是官方往下说，现在是民间也可以往上说，上下都说。在新媒体上，人们之间是一个互动的关系、平等交流的关系。主流和支流也是互融的，很难分清楚哪个是主哪个是次，哪个是源哪个是流。新媒体的源头，也可能成为主流媒体的流，主流媒体中的流也可能成为新媒体的源，它是上下互动的，相互交融的。面对这些发展趋势，我们必须下决心，对现行新闻传播教育体系进行认真的改造。现在我们讨论的问题就集中了：新闻传播教育体系是不是还固守原来的模式？新闻传播教育的内容是不是要扩展到整个全媒体传播领域？新闻教育课程还要不要进行优化？这些都是家长学生十分关注的问题。我们教育体制上关于一级学科、二级学科的规定限制了教师发挥能动性，禁锢了学生跨学科的思维创造力。而笼而统之的新闻学、传播学不利于学生在学科方向上更精准地选择。这样一个教育模式培养出来的学生缺少个性化的创新思维，缺少适应全媒体时代的传播能力，所以我们要按照新的要求、新的形势改革我们现有的教学体系。

新构建的新闻传播教育体系包括结构性的、制度性的，也包括实用性的、程序性的。比如，清华大学这样的新闻传播学院，招收什么样的学生，培养什么样的人才，这就属于结构性问题。我们过去提出要培养高手、高级操盘人员，尽管培养这样的高手是需要的，但也不见得完全符合我们清华办新闻学院的初衷。再加上我们现在的教学体系上往往限制了学生更多知识面的扩大，理论基础不够，在专业上显

得比较单一。只懂得新闻学、传播学一般性的社会科学理论是不够的，因为新闻是渗透到社会实践的各个方面，需要各个方面的知识去支撑你的职业生涯。就这一点来说，我们需要开拓新的培养途径。当然清华大学本身是有这样的条件，我们学校有很多全国一流的学科，技术科学、自然科学能为我们提供有效的知识支撑。但是现在我们没利用起来，“躲进小楼成一统”，很少开设扩大学生知识领域的课程。这都是这次教育体系改革中要考虑的因素。比如三中全会提出了一些要求，对传播方面、传媒方面提出要建立舆论引导的新机制，要加强新闻传播的基础管理、内容管理、行业管理，防范打击互联网犯罪活动，整合媒体资源，推动传统媒体和新媒体的融合发展，进一步规范新闻传播职业资格制度，规范大众传播的行为，等等。这些要求，就是我们新闻教育的参考系，需要我们在重构新闻传播教育体系时认真研究落实，纳入教学体系，变为教学实践。

三、随大局而动

对全国而言，教育系统算是一个中局，清华大学是一个局部，我们学院更是一个小局部。全国的改革是一个大局，清华大学和我们学院的改革必须同全国改革的大局相一致。我们经常说的一句话就是在大局下行动，你才能成功。我们只有随着全面深化改革这样一个大局来行动，才能达到目的。有些同志也讲改革，但离开大局，那是行不通的。

中国目前的大局是什么？就是在改革中完善国家根本制度和国家治理体系，实现治理能力现代化。处在大变动、大改革的时期，一个重要的问题就是要深刻理解人类的实践无止境，人们对真理的追求也是无止境的。在新闻传播领域里，理论研究和实践发展也是无止境的，人类在不同时期的传播过程中研究出来的每一个理论，总结出来的每一个经验，都是有价值的，为新闻传播业的发展提供了支持。西方国家最早进入了民主社会，形成的自由传播的理论代表着资本主义时代对新闻传播的认识水平。我们不能完全否定它，它适应了那个自由竞争时代所产生发展的理论体系，代表了当时的认识水平。我们的新闻传播理论是在中国阶级斗争时代，在那个特殊条件下认识和产生的理论，适合当时的情况。现在大家学习马克思主义新闻观，感到有很多困惑不解的问题，这是因为时代变了，条件变了。我首先要说，我们对马克思主义新闻观要坚定不移地学习好、运用好，运用它的立场、观点、方法来观察、处理新闻问题，

这是没有错的，因为它是科学的世界观和方法论。但马克思主义在新闻传播理论上的一些论述，我们必须要和它的时代背景与具体环境联系起来看。例如，《莱茵报》时期，马克思同普鲁士王朝的书报检查制度做斗争，打了很多官司，主要是论述新闻自由的权利。现在是人民政权，我们有充分的表达自由。列宁在讲传播的时候说，一切传播的工具，包括报纸、刊物、图书、书店、图书馆、阅览室，都是党的机器的一个重要组成部分。这里过分地强调了党性，和我们今天的党性与人民性相统一、多种媒体并存的现实相去甚远。应该说时代不同了，条件变了，思想也要前进。在这个意义上说，马克思主义对新闻传播的认识也是带有它的时代特色的，是相对真理，并不是一个终极的真理。马克思多次讲过，恩格斯多次重申了马克思的思想，马克思主义的产生不是穷尽了真理，而是开辟了认识真理的道路。他们认为他们这个思想理论不是僵化的教条，而是给你提供了一个认识工具，让你去认识真理、发现真理。按照这个精神来看，特殊条件下所产生的新闻传播理论和我们今天的实践有很大的差别，所以我们今天讲新闻传播学，必须把握中国特色社会主义这个大局，随着这个大局来进行建构，而不是照搬某一个时代的、某一个国家的模式。例如，美国新闻学的“自由主义”“功能主义”“结构主义”“实用主义”等理论，在美已经被“专业主义”“技术主义”所替代，我们怎么还能照搬呢？无论是东方的，还是西方的，照搬照抄都是不科学的。这不仅是我们新闻教育改革方面的一个内容，而且是我们必须掌握的一个基本思维方法，也是我们学习、研究的一个方法论问题。

我们中国已经进入了改革开放和建设中国特色社会主义的新时代，我们的理论必须反映我们对今天社会的新认识、新实践。三中全会《决定》内容就是对当代中国社会主义实践的认识和概括，既包括了对规律性的认识、对现实性问题的认识，也包括了对未来中国社会的思考与前瞻。所以我们研究新闻传播学，也要根据这个大局去思考学科、学院和教学体系的构建，来体现中国特色社会主义的要求。我们要有勇气，使我们新闻传播在追求真理的道路上能够前进一步，而不仅仅是跟在别人的后面学步。我在跟教授们的谈话中，听到大家都提出了清华新闻学院的定位：到底是要跟随、并行还是要引领；到底是要模仿、复制还是要开创，问题是相当尖锐的。

那么怎么办？出路只有一条——就是改革，以创新精神构建具有中国特色的新闻传播教育体系：一是要遵循人类新闻传播的基本规律，这是不同国家、不同地区、不同制度下都要把握的基本规律；二是要运用马克思主义的科学新闻观，观察处理今天的新闻教育的问题；三是要把中国特色社会主义这个理论作为统帅我们新闻传播教育的一个灵魂，结合中国的文化传统、中国的社会实践，适应中国人民的接受习惯和能

力；四是吸收和借鉴人类新思想、新技术、新成果，加速中国新闻教育现代化；五是要有现代新闻传播的新观念、新思想，运用新技术改造我们的新闻传播业态、形态、体制、机制；六是要把握中国的国情、社情、民情、舆情，植根于中国的土地上。这些基本问题我们将其统一在新闻学科中，才能体现中国特色新闻传播教育体系的特色。

我们要按照中国特色社会主义的总体要求，立足我们的道路、理论、制度，来改革中国的新闻传播教育体系。每个学校、每个学院都在酝酿这方面的改革，其中一些核心的本质问题就是学科体系，我们要科学、合理地把上述内容融合在一起，形成我们自己的特色和体系。记得刚到学院来的时候，我就讲过清华大学办新闻传播学院，国家是寄予厚望的。因为我们有特殊的客观条件，有深厚的文化传统，有比较强大的技术科学的支撑。这些条件我们如果用得好，我们新闻学院就一定能办成全国独一无二的，有自己的特色。用不好我们的有利因素，发挥不出来自己的优势，我们就会和别人一样，没有什么自己的特色。

这方面也有一些教训和例子，比如，我们新闻与传播学院曾经有很好的平台，拿到了在全国有影响力的研究机构、品牌中心，当时设计时提出利用学校各学科的优势来支撑它发展，成为校级的名牌。但是由于学校的体制性障碍、力量的不足，始终没有能实现，到现在牌子还是牌子，既没有发展，也没有行动，只挂了个名字。所以，这次我们学院整个改革时，要把自身的优势和特色凸显出来。最近我看了一个最新的统计，全世界 26 所知名大学比较，清华尽管有一流的工科、理科、经济学科和应用类学科，但排名还是比较靠后，原因就是社会科学和人文科学领域没有顶级的学科发展起来。优势的很优势，劣势的很短腿，这影响了学校的国际声誉。从学校的全局出发，学校也非常希望把新闻传播学科培养成在国际和国内都是顶级的优势学科，这是学校全局的要求。在改革上我们就要从这个大局出发，来谋划我们的改革行动，打造一流的学科，帮助同学们在这里成长为世界上最优秀的新闻传播人才。

四、为大业而谋

我们学院的前进目标是要谋大业而不是图小利。虽然学院本身是一个小的学院，但我们有决心谋大业办大事。我们学院的老师，个人都是非常有水平、有影响力的，虽然还没有有效组合起来，还没有形成一个强大的团队。但这是谋大业、办大事的一

个人才基础。我们的老师和同学们，都应该有这样一个共识：人的作为不完全靠舞台的大小，关键在于你的表演。小的舞台上也可以表演出精彩的剧目，在大的舞台上也可能无所作为。不要看我们的学院小，只要有创造力，就能引导中国新闻教育改革的大潮流，就会有大作为。下面，我想讲的是未来我们在哪些方面去突破。

第一，要重构新闻传播的教育体系。前面已经讲到。我们要按照国家教育改革、清华大学改革的总体规划，进一步深化新闻传播学院的教育体制改革，建立一个有创造力的、能引领潮流的新体制，创办一所独具特色的新闻传播学院。这是我们改革的首要方向。调整招生体系，选拔顶级人才，把混文凭的换成追求事业的；调整学生结构，增加研究生、留学生比重；扩大产、学、媒、研结合范围，培养高素质人才；优化教育、科研机构，培育团队精神。

第二，要重构新闻传播的教学体系。现在大家感觉教学体系比较笼统，一个学院仅有一两个专业设置。实际上好多同学都有很多的选择方向、很多的设想不能得到支持。而且这样朦胧的设置对以后的适应工作、社会就业等方面也会带来一些影响。所以我们要进一步研究，根据社会的需要调整我们的教学体系，包括对科学基础知识的补教、专业理论的教育、基本技能的训练、理论能力的提升和专业方向的精确。我们也在考虑，在大的学科之下，按照国际上新闻传播学发展的趋势，侧重一些方向供同学们在一定的基础上进行选择，使同学们既具有深厚的新闻传播学专业理论素养，又有一门自己感兴趣、能够发挥自己作用和特长的优势学科。我们将会提出一个方案，让老师们、同学们一起解放思想、研究讨论，作出与时俱进的调整。

第三，要重构新闻传播的教材体系。现在新闻传播领域教材体系比较混乱，各个学校都有自己的传统、自己的体系和自己的课程要求。我们清华大学在这方面比较开放，博采众长，注重前沿，但缺乏系统性，还没有形成一个基本的教材体系。今年研究生、博士生招生的考题，教授们非常有意见。其中的一个根本问题就是，依据什么教材来出题，依据哪个方面学科来出题，大家不明确。委托出题的老师、教授按照他的想法去出题，结果导致我们学院博士生考试成绩大概在学校里面都是倒数的，基础课程大多数学生的成绩仅仅是四十几分，不能反映真实的水平。大家议论纷纷，有的说怪出题的教授，有的说是出题的机制不好。但究其原因，我认为更多的是教材体系不健全、科目不明确，无所依据。我们急需清华自己的一个教材体系，教授们在将来的教学实践中不仅是选择别人的教材，更要创造自己“清华牌”的教材体系，为什么叫课本？就是依课为本嘛，这是非常重要的。完整的教材体系才能体现清华新闻传播学院教学的功底、教学的实力和教学的水平。

第四，要优化新闻传播的人才培养体系。清华新闻传播学院短短 10 年间在社会上建立起了信誉，这得益于面向主流、培养高手的主导思想，在主流媒体就业率比较高，整体的社会需求也非常好，这是一个不小的成绩。一些外面的专家评价清华新闻传播学院短短的 10 年胜过有的学校 60 年的发展，这是好的方面。另一方面就是我们的人才体系定位还要进一步提升，清华大学办新闻学院绝不仅仅是培养几个记者，培养记者的新闻学院现在多得很，专门的有一百多家，挂牌的有四百多家。在这样一个局面下，我们怎么样确立一个新的新闻传播人才培养目标？这些年学院也在向这个方向调整，稳定本科招生，扩大专业硕士，加大培养博士生、留学生和传媒领军人物，也办了一些市长的、军队的培训班。我们需要进一步总结经验，把这样一个人才培养体系更加明确定位。清华经管学院上得很快，一个重要的原因就是人才定位起点高，瞄准的是工商界的高层精英。能够进入清华大学，进入我们新闻传播学院的应该说都是佼佼者，我们要为每一位同学找到一个发挥自己聪明才智的通道，通过几年的学习能够走向一个更加有前景的成长通道，这是学院的一种责任。我们要进一步优化新闻传播的人才培养体系，使其结构合理、互相兼容，能够培养高端人才。结构要合理，就是说全部培养博士生也不行，全部是高级领军人才的培训班也不行。要能合理配置、互相兼容，本科教育、研究生的教育、博士生的教育和博士后，都要互相贯通，多给教师找平台、找课题，多给学生找通道、找前程。

第五，要重构新闻传播的新概念、新范畴、新话语体系。清华大学这样一所很有影响、很有国际声望的学校，所培养的人才不仅是面向国内，还要面向国际。面向国际现在最大的问题是什么？就是我们的概念别人听不懂，我们的范畴太落后，我们的表达不通用。从数量上讲，我们每天都在生产大量的新闻信息、大量的理论、大量的言论，但是别人很少关注，也很少能理解。由于工作关系，我经常跟国际传媒界的领军人物见面、交流，也听取他们的意见。一些传媒的老总来北京，我问他们对中国的新闻传播有什么印象？他们共同认为“你们中国的新闻信息在国外没有太多人关注，原因是你们不是宣传自己成就就是自我辩护，生怕别人不知道，而对人类文明进步所共同关注的问题关注不够，缺少国际语言”。他们的印象是：一个劲给别人宣传、给别人解释。在别人看来你那都是“你的家务事”，没有进入国际视野，没有深入全球共同关注的领域，没有关注人类共同命运大问题。我认为他们讲得有点儿道理，我们还没有站到世界的那个高点上去，往往是从自己的局部出发说自己的新闻故事，引不起共鸣，这是我们最大的缺点。习近平总书记最近一直在要求，要用融通中外的新概念、新范畴、新表述来传播中国的声音，树立中国的形象。这是一个非常高的要求。我们清华

新闻传播学院的老师和同学都应有国际化的视角和国际化的追求，一些教授都很了解国际新闻传播领域别人的传播体系和表达方式。那么，我们就要吸收别人的好的方式，融通中外新闻传播的一些经验，努力构建我们新闻传播的一些概念、范畴、话语、体系。这个问题非常重要，中国是世界的一员，中国周边居住的就有 29 亿人，你注定要和世界打交道，你连这些人都沟通不好，左邻右舍不安宁，你还怎么去影响世界？这里面当然有政治立场、利益冲突和意识形态矛盾的问题，但新闻传播自身的问题也是很大的原因，特别是在公众之间、人民群众之间新闻传播是有重要影响的。我们清华的新闻传播教育要在这一方面好好下功夫，构建能够融通中外的表达体系，进一步突出我们国际化的新闻传播教育方向。

第六，要重构以人为本、人民主体的社会舆论体系。新闻传播是一个大众的传播平台，是面向人民群众的，记者、媒体过度的行政化色彩，并不利于新闻传播。舆论是指人民群众的舆论，官员、官方的决策是公众舆论的对象。在多媒体传播的条件下，舆论引导是有难度的，各有各的立场、各有各的态度、各有各的评论，往往是官方与民间各执一端。作为媒体，我们应该站在人民群众的立场上，要保证实现人民在新闻传播领域内的知情权、选择权、参与权和监督权，任何情况下，都要听多数人的声音，让主流舆论引导方向。这次三中全会也讲了权力要在阳光下运行，要在人民的监督下运行，更加强调了人民的主体地位。最近一段时间发生了一些记者和媒体方面的事件，进行了一些处理，有的同志就问新闻传播的方针是不是有什么变化？是不是紧啦？是不是收啦？我说没有变化，中央的政策没有变，领导也没有取消舆论监督。建立现代社会民主体系，舆论是一个不可或缺的力量，政治家都知道民意之要，民心向背事关政权存亡，谁能不重视呢？政务只会越来越公开透明，党只会越来越依靠人民群众，各项工作越来越重视媒体的舆论监督，不会因个别记者、个别媒体的问题改变方针政策。清华新闻与传播学院的老师和同学们经常参与一些公众舆论的研究，经常代表公众去媒体说话，当然是职业应尽职责。希望大家要有清华学者的水平，要正确解读发生的新闻事件，正确评论发生的社会问题，正确处理不同认识的是非问题，在舆论引导和监督上发挥更好、更积极的作用。

我总的想法是，在三中全会决定了中国未来改革发展大势的情况下，我们要下决心改革新闻传播的教育体系、教学体系、教材体系、人才培养体系和概念范畴体系，使这些体系更加符合我们新闻教育的实际，更加适应中国特色社会主义的发展，更加

符合人类文明进步的规律。未来 10 年，如果这些都能达到既定的改革目标，我们今后就会在新闻传播教育领域走在全国的前列，进一步扩大我们的优势和国际影响力。就中国新闻事业而言，清华大学新闻与传播学院的改革发展具有深远的影响和引领作用，是一个“创新工程”。我们在座的老师和同学们都将亲身参与并在改革发展中发挥重要作用，相信大家能对中国新闻传播大业作出自己一份应有的贡献。

录音整理、校对：张德军

第二讲
向世界说明一个快速发展又复杂多元的中国[1]

◎ 周明伟

现任中国外文出版发行事业局局长。1984 年 7 月毕业于复旦大学国际政治系，研究生学历，副教授。先后担任复旦大学校长助理兼校办、外办主任；上海市人民政府外事办公室党组书记、主任；中共中央台办、国务院台办副主任；中国外文出版发行事业局常务副局长（副部长级）。2009 年 7 月起至今任现职。兼任中国翻译协会会长、中国翻译研究院院长、第五届中日友好 21 世纪委员会中方委员、中国生态文化协会副会长、中国西藏文化保护与发展协会常务理事、孔子学院总部理事会常务理事、中国公共外交协会常务理事、俄罗斯普列汉诺夫经济管理学院（莫斯科高等国际商学院）名誉教授等职。

到学校里来，无论是在哪一个角落、哪一个场合，真的还是有一种亲切感。但是最重要、最难得的是能够跟老师同学对话，这是业务追求、学术追求的动力之一。但毕竟离开学校时间很长，这个讲座、这个讲台对我来说是一个挑战。今天选择的这个题目，是因应了今天下午中国外文局和清华大学新闻与传播学院一个重要的合作协议的签订。中国外文局的对外传播研究中心和清华大学的爱泼斯坦对外传播研究中心结成了一个战略合作伙伴的关系。也因为这个场合，我想借这个合作关系签约之际提出一些自己的思考。

就今天讲的内容来说，我们在座的老师和同学，绝大部分都是相当熟悉的。我只是想，从我们工作进行过程当中，特别是我个人经历过程当中一些思考的方向，提出一些还不是很成熟或者很不成熟的想法，供大家一起思考。特别是，如果有价值的话，能够成为中国外文局对外传播中心和爱泼斯坦对外传播研究中心共同研究的一些课题。

1 演讲时间：2012 年 10 月 11 日。

快速发展又复杂多元的中国，这个题目呢，我是讲了一段时间或者说思考了一段时间。我认为，像清华这样的大学最为重要的角色就是它的基础理论研究。对于传播理论，对于国际传播或对外传播，或者我们向世界说明中国，似乎很多都是因应时政方面的要求。但要解读快速发展的中国，中国快速发展过程中遇到的问题，实际上很多都离不开基础理论的研究。而就传播学的基本理论来说，我可以说，在所有的文科——人文科学、社会科学学科里边，受到时间、技术挑战最大的学科里，大概传播学是其中之一，它变化最快、变化最多。因为在过去 20 年时间里，人类科学技术发展最快的、具有指标性的一个内容是信息技术，信息技术对传播技术的影响应该是最直接、最充分、最广泛，就像它的速度之快，基本上是可以用时间表看得出来，因为 iPhone 差不多 10 个月到 18 个月得更新换代了，iPad 也是如此。这些技术条件的变化直接影响着传播方式、阅读方式以及信息接受的形式和内容的变化。

因此，这个题目，就它的理论研究来说是极具挑战性。原来有很多认为能够“以不变应万变”的一些理论，对于其他学科而言可以，但在传播学里面可能遇到了更大挑战。因为我们外文局是一个职能部门，应对的是日常工作，基础理论研究本质上来说不是我们的基本使命，而大学是要在理论研究上有所建树的。希望通过这个合作，共同研究我们在对外传播当中，理论遇到的一些挑战或者问题引发的一些思考。

复杂中国的复杂性

之所以要向世界说明中国，是因为在 21 世纪影响世界最大的几件事中，中国基本在内。如果罗列一下的话，当然第一个是“9・11”对国际政治、国际秩序、国际机构、国际战略发生的巨大影响。第二个是金融危机，一直到现在的欧洲债务危机。当然，第三个，我觉得就是中国的崛起。你还可以列出其他许多，但是我觉得这三件事情，是 21 世纪以来对全球影响最大的。之所以中国崛起对世界影响最大，不仅仅在于我们非常自豪地说，我们持续超过 30 年平均以 10% 左右的经济高增长，还在于这个国家的崛起关乎于占全世界 1/5 的人口。这就决定了这样的崛起在世界历史上是没有出现过的。

特别是在全球多极化趋势不断发展的过程当中，中国的地位凸显出来。其中一个标志是，中国同世界的关联度从来没像现在这么密切过。具体来说，中国的重大变化对世界上各方面都会有影响或者有反应，而国际上大的变化也会直接影响到中国，包

括国内政策的制订。

中国的变化，按理说，我们能够有持续将近 30 年的高速增长，改变了这个世界上人口最大国家的面貌，在社会、经济、政治、文化等方方面面，对世界经济的贡献也是在过去 30 多年没有第二个国家可以比的。特别是在过去 10 多年时间里，我们从来没有像今天这样能够让世界关注我们，我们所介绍的中国能够吸引这么多外国人的关注。现在全球主流媒体几乎每天都有相当篇幅的信息同中国有关。按理说，我们向世界说明中国的资本是前所未有的多，资源前所未有的丰富，我们的方式和手段也更加多样化，实际的影响力也在增加。但今天我想说的是，我们向世界说明中国面临的挑战和困难。我们有很多优势，但这不是我今天讲的重点。我们来研究，共同来看看，我们向世界说明中国今天碰到了哪些问题。

按理说，我们的对外贸易，已经融入全球各个角落，已经同全球绝大部分国家产生比较密切的关系，而且这种关系大都是互惠的。因为经济关系的发展，理论上说，应该推动国家和平、友好和合作。相互的认同、相互的理解，合作的资源和意愿，应该说比以往进一步增多。但是现在情况有点不一样，所有的这些挑战和困难源头在于这个“变”字。为什么会有困难？为什么有挑战？是因为有“变”。“变”已经是现在中国与世界关系当中的一个核心词，所有的内容和形式都跟它有关系，而且这个变不光是变，而且快、多，变化快、变化多。因为这个变化引发了很多原先不是问题但现在是问题，原先只是小问题但现在变成大问题。

首先是中国在变。我刚才说的近 30 年超过 10% 的连续增长，这个变化对世界意味着什么？这是我们向世界说明中国过程中非常重要的一件事情。我们有时候对外讲话，对别人的评论不太理解，起因在于你不知道人家怎么看你，如何看你？首先是同这个 13 亿人口有关系。这 13 亿人口，我可以肯定地说，对绝大部分外国人来说，是 out of comprehension（难以理解）的。13 亿人口这个相对静止的数字已经够他琢磨了。任何再大的数字到中国除以 13 亿，next to nothing（接近于零）；任何小的数字如果累积起来，对于全球来说就是一个天文数字，这是事实。就拿我们的人口出生率而言，我们已经持续坚持了 20 多年、将近 30 年的计划生育政策，但我们每年依然出生一个澳大利亚，这是什么概念？一千多万人。无论怎么理解中国计划生育政策对还是错，无论怎么理解中国人口对世界意味着什么，这个数字已经足够让外国人想半天。

庞大的人口对中国人来说是一个机会，对外国人来说可能是对地缘政治和环境的一个威胁，这还是最最客气的评论。因为这 13 亿人口对世界上有限的资金、市场、能源、人才、资源、环境，意味着什么？ 2002 年 11 月，我曾经同德国前总理赫尔姆特•施

密特有过一次非常有意思的谈话。当时申办奥运成功，全国兴高采烈，他说，先祝贺你们拿下奥运举办权。你们的口号是要争取天更蓝、水更清、地更绿，我看难度比较大。我们在国贸大厦二十几层，下午 4 点钟，放眼望去，11 月北京空气比较糟糕，灰蒙蒙的。他当时说，如果你要天更蓝、水更清，并且每年以 10% 左右的速度增长，那么你在环境治理上的投入也要超过 10% 的增长速度，才可能使得天更蓝、水更清。我们现在非常自信地说，在 2020 年要全面建成小康社会，21 世纪中期建成一个中等发达国家，那你的碳排放量是多少，你能源的消耗量是多少，这个是硬数字。如果不看其他，简单看这些数字累积的话，会得出一个什么基本的印象？你说这种情况下，你一方面兴高采烈地说，增长 8%、增长 10%，同时对别人来说，他眼睛里、脑子里出现的数字，可绝对不仅是这一个数字啊。这就是国际社会与中国之间的不同认知。

这个数字不知道大家看得懂吗？ 2049，事实上有这个研究所就叫 2049，美国的，就研究两个问题。在中华人民共和国成立 100 周年的时候，中国如果能够顺利发展对世界意味着什么？按照中国人的时间表，到 21 世纪中叶建成中等发达国家，对世界意味着什么，对美国意味着什么？第二个课题，如果中国出现崩溃、曲折或者其他问题，对世界意味着什么？他们的结论都是灾难，不管你赢还是输、成还是败，对世界、对美国的影响都是灾难性的。因此，他要研究很多对策，在这两种可能性下，美国怎么对付你，世界怎么对付你。

国际社会对于中国有各种看法，崛起论、威胁论、崩溃论、傲慢论等这个论那个论。有一些确实是出于恐惧、抵触、敌视、矛盾产生的，非常复杂，但没有一个论点是由一种简单的意愿或者简单的一种事实而引发的。因此，你要驳斥中国威胁论，你强调中国的某一个方面，可能不一定奏效，因为各自得出中国威胁论的原因远不是一种，各自的切身利益远不是一种。

而中国本身变化过程当中，我刚才说是变化的主体，这个主体不仅表现在外部，只是经济的增长，还在于我们内部的变化。在我们自己看来，中国在经历快速持续的发展，发生了巨大变化，但对国际社会来说，最最客气的描述是，认为中国依然是一个极其复杂、矛盾、不确定的国家。而我们的这种不确定，确实有我们国内本身的多元、多样、多边，这个在我们的政府文件里边已经概括了。思想意识多样、价值取向多元、社会阶层多变。而这种变化直接导致的是利益关系的深刻调整，社会阶层的分化，利益诉求的多元化。

在经济转轨、社会转型过程当中，这个巨大变化，直接的作用不仅仅是数字的变化，它推动的是经济本身的转轨，不仅是从原来计划经济转向市场经济，还从不完全

的、不成熟的市场经济向一个比较成熟的市场经济发展，向符合中国国情的可持续的科学发展的经济发展模式变化，而社会的转型，许多方面表现得更加充分一些，更加突出。有些结构性、周期性的矛盾叠加，比如，城乡的差别，那就是结构性的、周期性的。再如,没有一个推行市场经济的国家能躲过商品从稀缺到过剩的这样一个过程。而国际环境对中国发展的影响也越来越大，这是因为中国与世界的关联度不断加深。总结一下，向世界说明中国所面对的挑战有两个：第一，中国自身的发展当中具有不平衡性、多变性、多样性；第二，这种多样性、多变性决定了我们呈现出的必然是一个复杂的中国。

向世界说明复杂中国的复杂性

我们向世界说明这样一个多元、多变、多样的中国，它的复杂性会体现在哪些方面？或者说难在什么地方呢？显而易见，同样一个中国，我们总希望把鲜花盛开的一面呈现给世界，把快速发展、不断进步的一面呈现给世界。但同一个国家，我们自己在发展，快速发展过程中所体现的这种不平衡性，它的矛盾和问题，这些由于结构、历史、发展带来的一些新的问题、老的问题，也呈现出来，你怎么向世界说明？怎么解释？这要比我们解释数字的增加、形象的变化要困难得多。

比如，2008 年中国成功举办了奥运会，这是积极的层面。不仅体现了一个国家体育本身的竞技能力，也直接反映一个国家在组织世界上最大规模的文体交流活动过程中，它所体现的经济上的力量、技术上的创新、社会组织动员能力，等等。你要肯定奥运会，首先要承认政府组织实施能力确实强大。但恰恰是这个国家，2008 年的 1、2 月份，南方就有几场雪，你可以看到差不多 1/5 的交通瘫痪了。人家就问，你这个国家的社会组织能力哪去了？你这么强的政府动员能力哪去了？不过是几场雪，又不是原来没有下过雪。同样在这一年 5 月，汶川大地震，中国呈现给世界的是一个感天动地的抗震救灾的场面，我可以说这种场面，它所表现的崇高的道德、友爱、人性，应该说得到了世界的肯定、尊重。但同样这个国家，同样这一年，又爆发了“三鹿奶粉丑闻”，为赚一些蝇头小利，居然让奶粉带毒，影响我们的后代。那你这个国家的良知到哪儿去了，道德到哪儿去了？类似这种例子可以有很多，这是一个非常矛盾的，在很多情况下是两面同时存在，你怎么向世界说明？我不觉得是一件容易的事情。一方面，我们自己要防止别人只见树木不见森林，很多人求之不得，希望你一叶障目，否定你

的全部成就。但同时也必须很客观地向别人说明，这些问题的发生到底对我来说意味着什么？是什么原因？这个还得有点本事。

我刚刚讲的有一些依据的是客观事实。尽管得出的结论可能是大相径庭，但事实的确是存在的。因为，特别是在“妖魔化”中国，涉及中国人的道德、人性的时候，如果西方媒体推波助澜，那么，它带来的伤害不是简单的一些变化和成绩所能调整和纠正过来的，有些伤害相当大，它是涉及人性基本面的攻击，或者是我们在快速发展过程当中所表露的某些社会群体，某些人、某些结构性问题所体现的道德缺失。对人类基本文明的无视，确实容易成为造成别人对你严重曲解的根本原因。另一方面，大国关系出现了很多全新的变化，这是不可避免的。这种挑战在历史上有人做过统计，1500 年以来，新兴国家挑战守成大国历史上有过 15 次，发生了 11 次战争，最典型的是德国，“一战”“二战”都跟德国有直接的关系。还有日本，对包括中国在内的亚洲国家发动侵略战争，也是跟这种挑战有关系。

中国的发展给世界和周边带来的挑战

中国的情况更突出。“二战”以来形成的大部分规则都可能因为中国的强盛或者变化受到挑战，中国的发言权、中国的影响力对于既得利益者来说，无论从哪个角度来说都是挑战、麻烦或者问题。你所得到的反应或是疑虑，或是对抗、敌视，有些是战术上的，有些是战略上的。可以说对中国的发展引发的大国关系的变化，我们是有思想准备的。而对周边关系变化的影响，我们缺乏足够的准备。中国的快速发展，按道理说，实际上是给很多国家的经济，特别是发展中国家和周边国家的经济，带来了很多新机遇和希望。但是,中国同发展中国家的关系现在变得非常复杂。举一个简单数字，2005 年，世界贸易组织收到的对中国的起诉前十名里面七个是发展中国家，我们原来以为打贸易战都是跟发达国家，尽管这七个国家同中国贸易纠纷的总量加起来都不及前三个，就是其他几个发达国家的几分之一，但是吵得非常厉害。我曾经跟很多同事讲过，2004 年、2005 年掀起中国威胁论，吵得最凶的一些国家当中，有许多是发展中国家，比如说墨西哥，有很多具体例子，今天因为时间关系不能展开说。

我想说的是，根本的原因，同发展中国家产生的矛盾，有些矛盾甚至是不可调和或者难以调和，是在于中国的经济发展方式、模式、发展阶段同这些国家撞车了。我们这些年经济主要实力的增长是靠劳动密集型产品进入国际市场，赢得发展机遇，带

动整个经济发展。但只要你搞劳动密集型产品,那跟许多发展中国家基本是撞车的关系。因此一些专家说，除非中国闭着眼睛不搞了，只要中国搞，这些国家肯定遭殃，因为全球跟日常生活有关的产品中，有 800 多个种类的产品，中国的产量都是第一。对这些发展中国家的竞争力和生存直接产生影响的并不是美国，而是中国。

中国同周边国家的关系也是如此。二战以后，“冷战”对中国影响最大的后遗症之一就是同周边国家的紧张关系。这是“冷战”的结果。我们是倒向苏联，周边国家绝大部分是属于美国阵营，或者受美国影响。我们当时有一些做法是输出意识形态，甚至支持它的革命。这些后遗症一直到 20 世纪 80 年代，改革开放之后，中国硬是靠经济发展的机遇同它们合作，改善了同周边大部分国家的关系。以至于像东盟这些国际组织和国家组织，以及亚洲地区的其他多边组织，中国都能够非常顺利地以经济合作的方式参与其中，并且有一定的发言权。总体关系应该说还是比较好的，但是现实中的矛盾很快就产生了，特别是当中国强盛到一定程度的时候。过去 10 年里，我们的主导权越来越大，它们对我们经济的依赖性越来越大。特别是美国推行“重返亚洲”的政策。你可以非常清楚地看到，中国同周边国家的关系几乎直接、间接的，背后都有美国的影子。简单地说，在中国和美国之间，如果这些国家要做选择的话，恐怕不是只有少数国家选择美国。这不完全是意识形态的问题，而是直接涉及中国的影响力增大以后，对这些国家在亚洲地区的影响力和安全等方面产生威胁，而美国足够有这个能力来扮演这个“制衡”的角色，继续以所谓“重返亚洲”的方式来协调、平衡、影响这个地区的权力格局。因此可以看出，中国快速发展可谓“高处不胜寒”，这个不能用学术语言来表达，是大国崛起的孤独。尽管我们经济快速发展，给这些国家带来了很多机会或利益，它们遇到困难后我们经常会慷慨援助，但事实上并不完全能够带来彼此关系的正向发展。

另外一个挑战，是传媒技术带来的。这个变化对于我们向世界说明中国来说，带来很多机会，但同时也是挑战。我觉得这个表述非常好，叫媒体格局和舆论生态发生深刻变化，这个变化还处于“进行式”当中，还在调整。我们到底是一个处于强势地位，还是弱势地位，还是问号。特别是因为以互联网为特征的新技术的发展，以新技术应用为特征的发展，移动终端社交网络，这种自媒体的发展，使得我们向世界说明中国，影响国际舆论，实际上变得更加复杂。

价值观和话语体系层面的挑战

还有价值观和话语体系。这些年我们都在谈要通过文化软实力来影响世界，但其核心不那么简单，并不是指你能在别的国家演多少场戏，你的电影在某些国家会有多少票房，而是要通过你的核心价值观来体现。这个核心价值观的体现，也直接涉及你有没有话语权？你是用别人的话语来描述你的价值，还是你用自己的话语来描述自己？或者说，你用的话语非常另类，别人根本看不懂，没有什么可比性？还是使用有紧密的关联度、可参照的话语？也就是说，我们使用的话语是既有民族特色，同时又是同普世价值有关联的，这是一个很大的挑战。而从过去相当长一个时期以来，就价值观和话语体系来说，我们主导的东西实在太少。我们用传统中国文化影响世界、感动世界，这种可能性或者它的影响很有限。而文化上的差异、语言上的不同，使得这个世界上人口最多的国家依然必须用别人的语言来介绍自己。而在这个文化解读过程中，不论是因为差异或者是日益的冲突，都还有很多问题需要解决。我们外文局对这方面感触最直接的是，向世界说明中国，或者中国文化要走出去，第一个环节，就是你要把你的文化多数情况下需要翻译成别人的语言介绍给别人，不是相反。这个转换过程当中，绝对不仅仅是语言的转换，难的不仅是语言的。我经常举的例子是，比如说“文明”这个词，civilization。从翻译上来说，你不可能找到准确的翻译，文明就是 civilization，还有什么有争议？没有任何争议，就是 civilization。但是如果你放到具体语境下，就要好好琢磨琢磨，你到底想说什么？比如说飞机，好的航班被命名为“文明”航班，他说一句英文可以把你吓一跳，说 This is a civilized flight entitled by CAAC. 中国还有很多文明单位，文明工厂、文明班子、文明学校，等等，都是 civilized。“文明”这个词产自欧洲中世纪，是相对于黑暗的、野蛮的。它所表达的不仅是：人从不穿衣服到穿衣服；从不讲人性到讲人性等这一过程，它具体有非常丰富的、专门的指向性。现在复杂的是什么？中文里边“文明”没有任何争议，它是一个褒义词。现在我们还谈决策文明，要倡导决策文明，要政治文明。别人怎么想，你到底想说什么？不文明到底是什么样子？等等。既然语言转换都已经很困难，更不用说语言背后的文化和价值观，绝对不是简单翻译所能替代的，或者直接能够转换的。

我到外文局，遇到的第一件事是十六届二中全会，发布的文件中有一句“加强执政能力建设，关键要提高驾驭市场经济的能力”。驾驭市场经济的能力，我看到的有六个版本。英文翻译成中文可以很快得出说控制市场经济。从英文翻译成中文，中文翻

不过去，如果你不知道它是怎么翻的，看英文，控制市场经济。那你到底想说什么？我就找了一个部门，说你们是领头羊，第一稿你们怎么弄出来的。他就说，没人告诉我这个“驾驭市场经济”还有什么其他的内容和含义。这个没人告诉我，我应该还要赋予它其他含义。你查《康熙辞典》，“驾驭”最早源于“驾驭马车”。除了控制之外，我不知道驾驭还有什么其他的含义，就这个意思。但如果翻译为“控制”，言下之意是西方似乎在供给你不完全的市场经济，你自己告诉他，我要加强控制经济的能力。你到底想说什么？党要管党，党管媒体，你怎么翻译，等等。很多政治的意义、文化的背景，都要通过我们自己的转换，来告诉别人我想做什么。这是相当不容易的事情。可以说我们的外语水平在过去 30 年的改革开放过程当中，提高得相当明显，但是实际上，我们要让别人真正听懂我们、读懂我们，差距还是比较大。

传递中国形象的主体角色

我们都是学传播的。原来以为传播中国形象，由媒体担当大梁，但现在我们越来越充分地看到，传达、传递中国形象的主体角色不断改变，其中一个角色，或者重要的角色，已经被这两个所取代了——中国产品和中国人已经成为中国形象最直接、最广泛的传递词。全世界到处都是“中国制造”（made in China），这就是中国形象。而我们中国人，更是把活生生的中国形象传递到世界。20 世纪 80 年代我们读书的时候，国际上对中国人形象的理解很简单，就是两种人：一种是最刻苦的人，拿奖学金的基本都是中国人，埋头苦读，又聪明又刻苦；还有另外一种人，就是能吃苦，别人嫌脏嫌累的活他都能干。现在的情况是，哪儿嗓门大，身上揣的钱多，就是中国人。实际上，别人不喜欢你的大嗓门，别人喜欢你的钱，但不喜欢你的人。中国国力的强盛带动了国家形象的改善，这一点毋庸置疑。但有多少人想到，每个人在和世界接触时，他也在传递中国形象，这个形象是活生生的，全世界各种各样文化背景的人都会作出自己的判断。我觉得这是对我们向世界说明中国的一个新的巨大挑战。

还有一个也是我们必须重视的，是文化交流的逆势。这个词我没想好，我用“逆势”，也是再三斟酌后用的词。在全球化不断深入发展的过程当中，人和人之间的交往，人和人之间的接触方式越来越多。按理说，这种条件下的文化交流，应该是相互的认同越来越多了，相互理解应该越来越多了，文化交流应该是越来越充分了，事实上的情况不尽如此，为什么呢？三年前，我看到一篇小文章，南斯拉夫分裂以后，黑山共和

国一个学者写的。他大声疾呼，如果像现在这样的文化交流继续下去，这个国家的文化很快就消失了。全球化过程中的文化交流势必让强势文化越来越强，弱小文化很快消失。我们改革开放初期，对美国大片为什么要限制？它是强势文化。倒过来看，小国文化，没有几千年的积淀，也没有这种经济实力。你如果同它交流，势必智慧比它强，哲学比它深，它担心吗？这就是为什么有些国家警惕孔子学院，并不是说它反华才警惕，它是担心自己的文化会被侵蚀。

我自己亲身经历过一件事，通过这个可以看到小国多敏感。1999 年，卡斯特罗到中国来访，到上海去访问，从农村联产承包责任制一直到中外合资企业，了解得相当详细，领导用两个半天时间介绍中国经济改革开放的道路，路线是什么、思路是什么、做法是什么。他问得非常仔细，但其中有一个环节，我们的领导说，为什么要发展经济？其中一个理由是“弱国无外交”，经济非要强大起来，在国际上才有发言权。这句话说得对吧，从我们角度来说，不光我们的经历如此，事实也是这样。但没想到卡斯特罗站起来了：为什么弱国无外交？古巴永远不可能成为强国，是不是我就永远没外交？我告诉你，美国拿我没办法，这是不是外交水平呀？我们认为是理所当然的，并且是我们的经验、我们的教训，我们成功的理念、路线。在他看来，他没法复制你的做法，没法复制你的经历，非常敏感。也就是说，就像文化交流一样，我们主动去推广自己的文化，希望你了解我，帮助你了解我，没什么坏的动机，但效果不一定好。当然，这不光是针对中国，法国到现在依然抵制麦当劳、抵制美国大片。

向世界阐明中国的战略

因此，中国比以往任何时间都需要更清楚地向世界阐明自己的战略，展示我们对未来世界发展的看法和思考，消除对中国的误解和误判，这非常不容易。因此邓小平同志提出要韬光养晦、趋利避害。如何实现？我这里提了几个问题，第一个问题如何做 No.2？这个 No.2 非常不容易做，这个 No.2 从本质上来说，经济总量上居于第二位，尽管我们心里非常清楚，我们这个 No.2 总量上是够，实际非常不平衡，差距非常大。今年（2012 年）3 月，（时任）国家副主席习近平同志对美国进行了访问，其中有一个非常成功的日程安排，是他回访 17 年前住过的一户美国人家，这户人家距离纽约和华盛顿千里之外，2 万人的一个小镇。但这样一个小家庭，他说的话，他家庭的条件，他的生活境遇跟纽约华盛顿没有差别，这就是我们的距离。我们从北京，以这里为原点，

开车出去两个小时，这个距离可能是 10 年的差别，也可能是 30 年的差别，这就是中国，这就是 No.2 现在的实际情况。一方面，如果没有我们 30 年的进步和发展，不可想象；另一方面，必须非常清醒，即使我们取得这么巨大的进步，我们的距离还依然这么大。但问题是，国际社会可不是这么看。13 亿加上 No.2 对它意味着什么？是事实啊。就美国来说，你不管美国说我们欢迎一个强大的中国、繁荣的中国，不管它嘴巴上怎么说，中国已经无法回避地坐在了同它面对面的位置，美国不会小看你。就美国的历史来说，它有很多不光彩的记录，它打小国、打穷国没有一个打得漂亮；它打朝鲜、越南、阿富汗、伊拉克，没一个打得漂亮，但它所有的大国战略，与大国的交锋，没有一次打输的。二战结束以后，要让欧洲永远站不起来，因为几次大战都是资本主义国家之间的战争，它让欧洲传统上的世界强国永远站不起来，它实现了。让苏联解体，它实现了，日本也是如此。现在中国到这个位置，你准备怎么办？你想不跟它冲突，只是主观愿望。那你心里有没有谱，这个有没有谱是指，因为做 No.2 的时间可能很长。我们从第七位走到第二位用了 10 年，我们的平均水平要达到中等发达国家还有很长的路要走。因此，我们的相关研究要有战略眼光。

这个 No.2 对美国意味着什么？对周边国家意味着什么，对发展中国家意味着什么，心里都得有谱啊，都得研究啊，这可不是一天两天的事情，这是一个非常系统的，很大程度上是一个关键的、可能影响其他国家的核心问题。只要中国稳步发展，只要人口基数放在这儿，只要我们想改善自己，发展自己，这个问题就得面对。这是既有现实的需求，同时更重要的，必须要有战略的研究。这是第一个问题。

第二个问题，中国如何看自己？我开始再三声明，今天没有安排时间说我们的发展和进步，但是这绝不意味着我们可以用简单化的视角来看待自己。简单化意味着把有些事实或现象说成是“非黑即白”，影响只有正面的没有负面的，等等。但我们不能用简单化的方法来看待自己。就像我刚刚说的如何看自己一样的，我们经济总量上超过美国是指日可待的，但这又意味着什么？

第三个问题是我们的核心价值体系。我跟很多同志讲过我到希腊的一个经历，希腊成功举办了 2004 年奥运会，为什么这个开幕式没有一句台词，没有一句歌词，就是音乐，可以体现它们制定的“让奥运回家”的主旨，可以让奥林匹克精神通过它的开幕式这么漂亮地体现出来，它向世界传达希腊文化的核心词到底是什么？我曾经请教过中国驻希腊大使，他告诉我两个词：“人文”“理性”。后来跟希腊的文化部部长，就是奥组委的主席交流，说大使归纳这两个字你如何看？他说我不同意，他认为是“人文”

和“自由”。他认为，理性都是国王定的，什么是理性，什么是非理性都是由国王、皇帝来定的,这不是希腊文化的核心。他认为自由更重要。我想说的是他至少概括出来了。我们怎么概括我们的核心价值？真需要有点文化底蕴才能概括得出来，要懂点政治才能，懂得历史才概括得出来。如果我们概括不出来，别人真的还是比较难直接地了解你,到底你想说什么,你的核心价值观到底是什么？我们必须研究我们的核心价值体系，我们的核心价值观同西方社会在过去两三百年社会和文明发展形成的价值观有什么关系。同时要研究我们的核心价值对普世价值有什么积极的作用,等等。这些问题不解决，向世界说明中国,我觉得不可能说得明白。但这个问题需要深入研究,绝对不能简单说，你没有表达你就没有价值观。

第四个问题，是传统文化与当代中国之间的关系。现在我们一说传播中国文化，手上的王牌基本都是传统经典。当代中国到底有哪些可以向世界说明介绍的？差距非常大。事实上，国际社会，很多真正喜欢文化的人喜欢的是经典文化。这里的平衡和具体呈现的内容与形式到底是个什么关系，这也需要深入研究。

第五个问题，我们的本行当然是研究跨文化传播的能力，不是简单说对外传播的能力，要更多地集中我们的智慧和优势来研究跨国文化的交流。任何一种对外文化的交流都是、都只能是、必须是、应该是跨国文化的交流。也就是说，你必须懂别人，你不了解别人的文化，简单说要传递中国文化，恐怕事与愿违。我们很多套话、空话、无法翻译的话依然充斥在现在很多的对外交往的文字材料当中。我们现在对所谓的这个传播规律的了解，说老实话，就是 no news is good news，反过来说，good news is no news。这样也会很容易理解，为什么我们的国际新闻报道里边，也很少见报道哪个国家 GDP 增加了多少，好人好事有多少，大多数报道的也是这里出这个天灾，那里出那个人祸。如何顺应这些规律来做我们的文章是主要的，需要共同努力。

再回到我开头说的基础理论研究，基础理论研究的基本要求，我觉得第一，必须要贴近实际。任何时候脱离实际、脱离正在发生的事情，要有深的理论研究几乎是不可能的。第二，我刚才说中国的变化太多太快，基本的办法是要靠案例研究，我相信，案例研究对于今天的中国来说是重要的。文科同学的动手能力体现在什么地方？做案例的研究。理学同学要搞实验，要搞模型，文科同学你动手搞案例的本事多大，直接影响到你对理论的理解和你的理论创新水平。而案例研究的高明之处是，案例本身完整的程度基本上是无限的，没有人敢说我这个案例信息是完整的。影响案例的信息本身是个无穷尽的过程，而对案例研读、研判也是一个无穷尽的过程，没有一种案例是

可能只有一个解读或者只有一个答案。而恰恰是这种无穷尽，使得整个的学术交流会有积极性，使得这些案例越来越具有学术的价值、理论推导的价值。我们现在的学术研究要形成一些独立的见解，更多的需要在通过案例、通过别人经历的事情、通过我们自己的解读，仁者见仁智者见智。各种学术观点的交流，使我们对已经发生的事情有不断深化的认识，这对理论的产生和完善才是有价值的。谢谢大家！

提问环节：

问： 非常荣幸能听到周局长今天在清华的演讲。我们都知道陈望道是复旦的老校长，他有本很著名的书《修辞学发凡》。我的问题是，您现在做的是外文局的工作，就是说从您的工作来说，我们都叫两个大局嘛，就是国内是个大局，国际也是个大局。请问，如何在外宣事业上充分地发挥一种中介机制的作用，实现两个大局之间更好地互动？

答： 你的问题很好，我先预订你到外文局来工作，这是搞外宣的人需要思考的问题，你已经过关了，不需要其他面试。没有内知国情的基本功力，不知道我是谁，你也不知道别人谁，怎么做外宣？说明什么？我曾经讲过，我们有些所谓外宣团队是“卡拉 OK”，唱给自己听。有个领导说，听说你讲现在有些外宣是卡拉 OK ？我还有点紧张，问他，我说错了吗？他说，你感觉太好了吧，卡拉 OK 还有自娱自乐的功能，我看不出你这样说，你自己开心在什么地方？这就是说，你如果不做到内知国情，你说的东西没有针对性，不仅是浪费资源，把氛围都搞坏了，你不在意是不是能够吸引别人，不在意别人是不是会有反应。这哪叫外宣？因此要兼顾国内国外这两个大局。我刚才讲了，中国的发展趋势是趋于复杂，因为它多元、多样、多变，意思是说，国家经济发展到这个阶段，它必然引起多元、多样、多变，很正常。相信我们能够驾驭中国特色的社会主义道路和前进的方向，特别是中国本身发展的潜力和需求，会呈现给世界一个新的面貌，能够对世界发挥越来越重要的、积极的作用。因此要内知国情，这才谈得上提升对外传播的能力。

问： 您好，周局长。我想问一下，您刚才提到普世价值，就是说西方推崇的普世价值，肯定也是为它们相应的政治体制来服务的，那我就想说，中国现在已经开始慢慢接受这样一个价值观，我们从 2008 年奥运会的口号就看出，同一个世界，同一个梦想。那我想说，接受这样的一个价值观之后，对我们自身的一个体制会不会有这么一个冲击或者说是改善？

答： 任何价值观都是历史发展过程当中形成的，有它人文的背景，也关乎经济社会的

发展，特别是人文精神的发展。例如，自由、平等、博爱，谁都可以说，但在不同国家、不同时间段所体现的内容不一定是一样的。我想首先强调的是，它同人类社会的发展是不可分割的，它是人类社会发展的具体的验证、体现。我们要更深刻地理解西方社会，特别是发达资本主义社会在过去两百年，或者更早时间形成的它的价值观，它的内涵到底意味着什么？了解它，然后我们要认同它，不是简单地模仿它。因为我们历史过程当中也会形成自己的东西。我这里想说的是，避免简单化。它是一个非常复杂的过程，不能说我赞成自由、平等、博爱，我就认同美国人的价值观，或者说，不能说我否定美国，我就否定它的自由、平等、博爱。

你刚才讲到的第二个问题，是西方价值观对中国的变化会有什么影响？我们发展到这个阶段，就像市场经济发展过程当中出现的弊端一样，很多人归结为中国社会的不文明、教育水平。我说，哪有这个事情，像盗版，最高的不在中国呀，美国曾几何时不是盗版大国？它就是盗欧洲的东西。日本不是盗版大国？韩国不是吗？这是一个发展过程。我觉得，特别是在研究冲突的过程当中，还是要非常谨慎地看到底是利益冲突还是文化差异？我可以说，有人提出要我们认同普世价值，他背后有话的，为什么这么说呢？这个就像对 intellectual property 一样的，你如果单是要解决这个知识产权问题，你可以把它放到国家之间的矛盾，就涉及国家利益，同时也可能成为一个文化差异的问题。20 世纪 90 年代后期，美国专门派过几个工作组到上海来调查知识产权侵权的问题，一个不可争议的事实是，至今仍然存在，美国要花 99.99 美金买的一个软件，我们 10 块钱搞定，它要 16.99 美金一张的 CD，我们这里 4 块钱就搞定，这是街头上能买到的。但你是不是一个国家行为，是不是国家鼓励这样做，是不是值得成为国家间的矛盾，是要看它背后到底想干什么？当时我跟很多美国人解释说，中国是一个农业国家，隔壁邻居种田种得好，每年比我每亩地多产 50 斤粮食，我看看行不行，没想我看一下就要付钱了，没想过。发展到一定程度的时候，你才可能说你得保护我，你得尊重我，这是我的劳动，我比你辛苦，我比你努力多，等等。因此我不赞成泛泛议论普世价值，我们不接受西方普世价值观，但也不能说普世价值观根本不存在。我可以向你学习，但我不能照搬照抄，必须走自己的路。

录音整理：王敏明、刘晓敏、刘平浩、徐跃家

校对：张垒

第三讲
传播学发展的三个新趋势与三个新问题[1]

◎ 洪浚浩

美国布法罗纽约州立大学传播系教授、哈佛大学费正清研究中心研究员、马萨诸塞大学传播与社会可持续发展研究中心高级研究员、全美中国研究联合会会长，曾任国际中华传播学会会长。教学与研究领域包括国际传播与国际政治、大众传媒与社会发展、跨文化传播，以及传播新技术对社会的影响等。获得过多项学术奖励，自 1988 年出国以来已出版中英文著作数部，发表中英文各类学术文章一百余篇，最新出版的著作是《传播学新趋势》(上下册，清华大学出版社，2014)。他还担任美国出版的英文《中国大百科全书》传播与媒介分册的主编、中国人民大学出版社出版的《传播学》一书的联合主编。

我今天主要讲两个方面的内容：一是传播学发展中出现的新趋势；二是传播学发展中遇到的新问题。关于新趋势，将主要围绕传播学研究的内容与方法来讲述；关于新问题，将从传播学研究理论上遇到的瓶颈、传播学研究内容上出现的困惑和传播学研究方法上面临的挑战这三个方面来讲述。我以自己在这些方面的一些经验和体会为基础，来与大家进行分享和交流。

传播学发展的三个新趋势

近些年来，传播学的发展显示出了一些重要的新趋势，其中最为主要的有三个。

第一个新趋势是传播学的研究在近些年来越来越与重大的国际议题相关联。这一新趋势的重大意义在于，传播学跳出了只研究传播本身的这一范畴，而与国际政治、

1 演讲时间：2015 年 11 月 26 日。

国际关系和国际社会变更等重大议题密切相关，开始涉及很多其他学科的核心研究内容。比如，传播与公共领域、传播与公共外交、传播与国际文化交流、传播与国际商务、传播与国际政治，等等。传播学研究跳出了传统的研究领域和理念，开始与以往大不相同。最初的传播学主要是以研究人际传播为主，是与人相关的传播。然后有了社会传播，这方面则以大众传播、新闻传播为主。这两个领域为最传统的传播学研究领域。再之后出现了第三个新的研究领域，重点是研究传播的载体。因为随着传播技术日新月异的发展，学者们发现传播的技术载体是非常非常重要的，而我们缺乏对它的研究。但以上这三个研究领域都还是在传播学自己的范围内。现在，传播学研究跳出了只研究传播自己这样一个范畴，大大地拓展了传播学研究的空间、内容和方向，因而这是一个有着非常重大意义的新趋势。

传播学研究在近些年里出现的第二个新趋势是对新媒体的大量研究。这里，我给大家提供一个数字。大家知道，国际传播学年会，即 ICA，是世界最重要的传播学学术会议之一。在 2014 年的国际传播学年会上，一共发表了 2000 多篇论文，而其中 70% ~ 80% 的论文都是跟新媒体有关的。但是我这里要强调一下，这个新媒体，翻译成中文时大家习惯翻译成这样，而在英文里，new media 还可以翻译成新媒介。其实，在讲到这个问题的时候，我个人觉得更确切一点的话，new media 应该是用新媒介这个词更为准确,而不是用新媒体这个词。大家知道媒介跟媒体这两个词的概念不完全一样，媒介的概念更大，而且要大得多。更为重要的是，现在真正给我们这个社会带来巨大和深刻变化的主要不是新的媒体，而是新的媒介。为什么这么说呢？因为新的媒介带来了新的传播模式，而新的媒体只是一个载体而已。新的媒体本身不一定能够改变传播的模式，而新的媒介则有可能改变传播的模式。当然，在很多情形下，新的媒介需要通过新的媒体作为载体来实施传播的过程。

由新的媒介带来的新的传播模式产生了两个根本性的影响：第一，导致了各类社会结构的重组；第二，使人的行为方式发生了巨大的改变。你看任何跟新媒介相关的变化，一定是出于这两者之间，它跳不出这个范畴，因为这两个方面已经可以把所有变化都概括了。关于新媒介的研究大家也看到了很多，这里举一些典型的例子来看看，研究新媒介主要是研究些什么东西。其中最根本的是对 CMC 的研究。CMC 是一个英文缩写，全文是 computer mediated communication。要知道的是，这个 computer mediated communication 里的 computer 不是指一个具体的电脑，而是指电脑技术。现在的一个重要的新趋势就是研究传播的技术、传播的技术载体。而 CMC 就是指研究这种电脑化、数码化的信息传播技术，研究以这种东西为载体的传播，简称就是 CMC。

大家如果去看国外文献的话，文献里几乎都用 CMC，因为这个用得太普遍了，几乎无人不知，所以一般不再把它的全称写出来，都直接简称为 CMC 的研究。与 CMC 研究相关的就是大量的关于互联网的研究，特别是最近以来大量的关于社会化媒体的研究。社会化媒体这里指的就是 social media。这个概念在中文里大家一般习惯把它翻译成社交媒体。不过我在写学术论文的时候，更愿意把它写成社会化媒体，而不用社交媒体。社交媒体是讲 social media 所具备的日常功能，它的主要功能确实是可以称为社交型的。但是，如果研究这种社交媒体的社会功能的话，那么它所产生的影响应该是社会化的。举一个简单的例子，现在大家都用微信群，每个人都参加好几个微信群，那整个社会就有成千上万个微信群。这些微信群意味了什么？这表示我们这个社会现在已经被这个 social media 分成了许许多多的小社会了，成千上万个细分社会了。因此，这种变化，这种由新的媒介、新的媒体和新的社交媒体所带来的变化是一种社会性的变化，而不是社交性的变化。当然，你也可以讲 social media 使我们的社交更方便了，等等。比如，只要摇一摇，什么东西都出来了。确实，现在只要摇一摇，就可以干很多很多的事情。但是 social media 带来的更深刻的变化是社会性的。这也是我为什么倾向用社会化的媒体这样的表述。

另外，我们再来看看新媒介、科技对政治传播的影响，以及新媒体时代的网络新闻研究。这个搞新闻的人就更加知道了，新媒介对新闻的冲击、新媒体对新闻的冲击实在是太大了。如果你们去美国考察一下的话可以看到，在美国，传统报业受到的冲击要远远大于中国的报业，但是它并没有被淘汰掉。前些时间有几个国内的访问学者带着课题到我那儿做研究，其中有个课题就是研究美国传统报业如何生存下去。但是不知道他们在哪里，或许是在国内，已经先获得了一种印象。就是，美国的传统报业和传统媒体为了生存下去，采用的一个做法就是整合、融合，就是把新媒介和传统媒介整合在一起、网络化。我问他们这个假设是哪里来的？因为美国的媒体并没有出现这种全面变化的趋势。但是国内的一些学者好像就觉得这是美国传统媒体为了生存下去都在采用的一种模式。因此，中国所有的媒体也都要搞融合，搞整合。不知道是谁把这个观念介绍到中国的。其实，确实是有一些美国的传统媒体在这样搞，但是绝大部分的美国传统媒体并没有这样搞。为什么？简单化地把传统媒体与新媒体融合，把它们整合在一起，未必能解决传统媒体目前面临的问题。因为现在传统媒体受到的冲击，表面上看是由于新的传播技术带来的冲击。但是简单地通过采用新的传播技术并不能够解决传统媒体遇到的危机，因为这并不能产生新的、具备与原来的媒体有同等质量和影响力的新型媒体。

我这次来北京之前在美国参加了一个会议。这个会议专门请了一个人来主讲。这个演讲者原来是做媒体出身的，在美国最有影响的两大报纸《纽约时报》和《华盛顿邮报》都做过，而且都是高层，按中国的话来说就是大腕。后来她又在密苏里大学的新闻学院和南加州大学的新闻学院也做过领导，所以她在新闻与传播的实践和学术研究两方面都很有经验。这个会议讨论的主要议题就是新媒介的出现对我们来说意味着什么？很多人提问时问她这个问题，她回答认为，至少可以肯定的一点是，传统的以广告作为支撑的媒体运作模式已经崩溃了。但是，新的模式还没出来，而且也不知道会是什么样的新模式。不过，在她看来，可以确切肯定的一点是，传统的模式已经不灵了。她又进一步强调说，是不是由此我们就可以断言现在网络上的、比如 Facebook 和 Twitter 上面的所谓的新闻，就可以取代传统的新闻呢？她的答案是否定的。为什么呢？她的论点是，不是每条信息都可以被当作新闻（not every piece of information is a news）。新闻是一种经过专业训练才能做出来的东西,所以新闻学有一个概念是“做新闻”（making news），新闻是需要专业素质的人做出来的，其中包括价值判断、理念的体现，等等。所以，不是任何一条包括五个 W 和一个 H 的信息就是一条新闻。不知道大家是否听明白了这个意思没有？我个人觉得她这些讲得非常简洁明了，因此，她对听众说，不必担心新媒体会轻易地完全取代传统媒体。但是我们该怎么办呢？这需要我们大家一起来想办法。

除此之外，这第二个新趋势还反映在对许许多多和形形色色的网络企业、网络公关及网络广告展开的研究。这第二个新趋势也是一个非常重要的趋势，越来越多的传播学者做的研究，无论他们的专业是新闻，是传播，还是新闻与传播，都跟这个有关系。这毫不奇怪。新媒介的出现，新媒体的出现，新的传播模式的出现，等于把传播学的研究领域翻了一番，而因此衍生出来的研究议题和内容则是翻了几番。举一个简单的例子。不论在座的你是资深的教授，是青年教师，还是今年刚入学的研究生，大家想一想在这最近五年、十年当中，你如果一定要举一件或一样给你带来最大变化的东西，会是什么东西？每个人都想一想。好，很多人说是手机，有些人说网络，也有几个小学妹说是游戏机。很明显，十个人当中几乎九个人的回答都是属于新的传播与信息技术。手机是，网络自然也是，而游戏机也是新的信息技术的产品。因此，大家说的其实都逃不出这些新的传播与信息技术。这些新媒介、新媒体和新的传播方式与传播行为，是这最近五年、十年中给我们每个人及我们整个社会带来最大变化的东西。所以，我们一方面感到这个东西太伟大了，而另一方面又感到这个东西太可怕了，真的是太可怕了。从某种意义上说,它的冲击力可以与核武器相比。它影响了全球各个国家与社会、

全人类的生活与行为方式。它影响的不仅仅是人们的生活方式，生活方式只是个表面的东西，它影响的更是人们的行为方式。同时，它更深层的影响是看不见的，但却是实实在在的，那就是各种社会结构的重组，特别是政治结构和经济结构的重组，等等。所以，传播学的研究与发展出现了越来越与新媒介、新媒体和新的传播模式相关联的第二个新趋势是非常自然和必然的。

传播学研究在近些年里出现的第三个很重要的新趋势就是传播学的研究方法在不断地拓宽，这也是这门学科与时俱进的标志。大家知道以前传播学的研究，不怎么讲科学的研究方法。西方在早期也是如此，特别是在传播学最初在欧洲发展起来的时候，很多的著述也多为描述性和议论性的。在我们中国就更不用说了，常常就是简单罗列一两个概念和理论，把一些情况介绍、描述一遍，最后来个总结。首先是西方的传播学研究在这方面发生了变化，尤其是当传播学研究在美国发展壮大以后，越来越强调和重视用科学的研究方法来研究传播学。之后，中国的学者也逐渐开始从西方引进科学的研究方法并逐步予以重视。但是，最初的研究方法还只是比较笼统的两大类：一类是量化的；另一类是质化的。但是实际上在这两者之外还有不少其他的研究路径，譬如说文化研究，还有批判学派，它们既是自成一派的研究体系，也是一些独特的研究方法。

但是这几年里的一个新趋势是，研究方法在不断地拓展。就质化研究而言，大家都知道是有几种不同的研究方法的。大家也都知道，量化研究也是有几种不同的研究方法的，而且量化研究还有不同程度量化的研究方法。而这几年在这些研究方法上往前、往上拓展，为传播学研究开辟了更为广阔的路径。这里面包括哪些东西呢，我简单举几个例子。比如，有一个最近被广泛使用的研究方法，叫社会网络分析法（social network analysis）。这个社会网络分析法不是说在网上找一些资料，用网络上的内容来进行分析，它不是这个意思。它以前主要是用在社会学和政治学研究中的，但是现在也被广泛地用到传播学研究中来了。所以，社会网络分析法在传播学研究中的广泛运用是这第三个新趋势的一个表现。还有就是把生理学和心理学的研究方法结合到了传播学的研究里面来了。举个例子，人们都觉得暴力新闻会对人产生很大的影响，尤其是对青少年。但你怎么去测试和证明呢？如果你只是去假设这会有很大的影响，那还是一种猜测而已，不是一个科学的结论。20 世纪 60 年代的媒介效果研究也做过一些简单的实验测试，但是把心理学与生理学的研究方法放进去进行研究，通过大量的实验来验证，那就不一样了。当然，这种研究会牵涉大量的实验，因而目前在美国也只有少数几个有这样的条件的大学在做这一类的研究。但是这至少代表了一个发展方

向。再有，就是运用计算机处理大数据来进行定量研究的。定量研究最基本也是最根本的问题，就是如何定量，如何准确地定量。最基本的在英文里有两个词可以表达，但这两个词的具体意义很有意思。如果用 basic 这个词，意思是最基本的。如果用 fundamental，意思是最根本的。这两个词同时用，那就是既基本又根本。定量研究最 basic 同时也是最 fundamental 的问题，亦即最基本也是最根本的问题，就是如何定量，就是如何准确地定量。在定量研究中你怎么把研究对象和内容进行量化，也就是说，如何把研究对象和内容更为准确和科学地量化，是量化研究是否科学的核心问题，不是只要量化了就一定是科学的。其实量化错了的大有人在，而这种错误量化的研究自然不是科学的研究。因此，现在开始有了用大数据模式来进行定量研究的系统，而不是通过人工方法由人为进行的量化研究。什么叫由人工来进行的量化研究？比如，你们很多人都做有关媒体内容的研究，就是所谓的 content analysis，比如，比较《中国日报》与《纽约时报》对某个重大事件的报道框架。很多人做类似这样的研究，大家一般都会用量化的方式来做，因为不用量化来做的话，只是一些议论而已，那就完全是在自说自话，完全就是自己对一些表面现象的诠释，很可能产生片面甚至极端的观点。科学研究，用英文来说，则要 give me the evidence（请给我证据）。那么，证据就是要可以通过量化表现出来的东西，这里的量化往往是 impartial data（客观中立的数据），就是以数据为主的证据。但是证据未必一定是以数据为形式的，也可以以文献或其他内容为形式。这一点我们下面再细说。

那么，如何准确和科学地量化媒体的内容呢？例如，比较《中国日报》和《纽约时报》在巴黎恐怖袭击事件中的报道立场。你无法直接去对比它的立场，只能通过比较它们的报道内容和角度来进行，你也不可能逐字逐句地去对比。你只能比较它们在报道中使用的不同立场的词。这些词是正面的、中性的，还是负面的，可以成为我们评估报道立场的一个指标。而在这样的比较过程里，最最重要的就是，你在测试的时候需要确保尽可能地准确。以前采用的是人工编码的方法，那就经常会有误差。而且除了误差之外，更大的问题还是编码者的主观性。你是这样看问题的，你觉得这个词是中性的，但是他就可能看成是负面的。这个怎么统一？好在现在有了一种用计算机来进行定量研究的系统，这套系统它也开始在被广泛地运用了，叫 Galileo 系统，是以意大利天文学家伽利略的名字来命名的。这也表明定量分析研究方法也在不断往前走，开始不完全由人工来进行，因为人工研究的偏差性有可能很大。因此，定量研究的基础和根本就是看你怎么来定量。人工定量除了有可能产生误差，还有更为主要的一个主观性的问题。当然，使用计算系统来量化，也还会存在研究者的主观倾向和问

题，但相比完全由研究者来作主观性判断，误差要小得多。这也是研究方法不断拓宽的一个表现。

再举一个例子，是关于传播学定量研究的一些新议题。从积极的角度讲，就是定量研究在传播学的发展中起了一个非常重要的作用。怎么重要呢？它使得传播学这门在以前主要在人文学科这一领域的学科，逐渐地转移到了社会科学领域。定量研究在这个转变中所起的作用是非常重要的。大家知道，早先传播学在欧洲发展起来的时候主要是偏向人文的，但是后来传播学跟社会的接触面越来越大，研究的议题和内容也越来越与社会现实中的重大问题相关，它也就越来越向社会学科的方向靠近。而作为一门社会科学的学科，从研究方法上讲就必然需要依靠大量的定量研究和分析，因为社会科学跟自然科学一个相近的地方，就是运用定量分析得出的结果在理论上说是可以重复的。一般来说，如果得出的结果是可以重复的，那么它就是相对科学的东西；如果它不能重复，那它就可能不是科学的，很可能只是特殊的一个现象，是一个孤立的现象。所以说在传播学的发展中量化研究的运用和拓展是一个重要的转变和新趋势。不过，现在新的问题又出现了，好像大家一下子都只强调定量研究了，从一个极端走向了另一个极端。这个新的问题我一会儿讲传播学研究中出现的三个新问题的部分时再展开讲。

关于研究方法，我结合最近遇到的一些例子来给大家介绍一些情况。我目前正在主编一份 SSCI 学术期刊的特刊。前段时间这个特刊发出征稿通知后，国内有很多学者，各个大学的，投寄了不少稿件。对于审稿，首先第一关是在我这儿，如果问题很大的、质量很差的，那就立马“枪毙”了，没必要送出去外审了。在初步衡量来稿的时候，第一就是看来稿中有没有 fraud，也就是严重的错误、硬伤。如果有 fraud，通俗地讲就会“就地枪决”，这篇来稿就到此为止了。如果没有 fraud，那就再看有没有 weakness，也就是弱点。如果有很大的弱点，那么这篇来稿就不太会被考虑。但如果是一般性的弱点，而它的主题内容还是很好的，那还可能往前走。如果既没有 fraud 也没有很严重的 weakness，那就看第三个方面，还是看它的毛病，不过是看它有没有 limit，即有没有局限。如果那些局限是可以补救的，那么那篇来稿就可以被进一步考虑。但是如果它的局限是没法补救的，那么就不会再被考虑。

那我现在还是回过头来讲传播学的定量研究问题。在我收到的稿子当中，发现国内的学者对传播学的方法运用学得很快，因为大部分方法实际上不是很难，没那么高深。因而，只要想学，只要认真去学，是可以学得很快的。但是我感觉很多人是重视了定量研究的方法，然而却忽视了或缺乏灵魂性的东西。一篇论文什么是它的灵魂性

的东西？理论假设。我们做任何一个研究，目的是检测一个理论，或者是发展一个理论，或者是反驳一个理论，或者是修正一个理论，或者是去引申一个理论。这才是学术研究的灵魂性的东西,而不是为有量化研究而进行量化研究。如果缺乏灵魂性的东西，那么所做的研究充其量不过是一堆资料而已，一大堆数据而已。你把那些量化的东西处理得再好，你把定量分析的图表做得再漂亮，并不代表你的研究的学术价值。量化研究不难，一旦你学会运用那些量化研究的方法，做起来很容易，特别是现在有很多软件，你把数据放进去后，操作一下软件工具后很容易做。但是，没有灵魂的东西做得再漂亮，这样的文章也不会被考虑。因此，传播学发展中的这一新趋势，也是传播学发展中的一个新问题。

传播学发展的三个新问题

传播学发展中的那些新趋势与新问题并存。刚才讲的是三个新的趋势，但是所有的这些新趋势都伴随着新的问题。新趋势是好事，是发展。我到各个学校去讲课的时候经常讲，说我们做新闻传播学研究的人，应该说是生逢其时，因为传播学是极少数几门社会学科当中发展得最快，同时也是变化得最快的学科。发展得最快，说明我们大有前途,研究内容层出不穷;变化得最快,说明挑战性很大,但是随之而来的机会也多。比如，做新媒体的研究就很容易过时，也就逼着我们要不断在做，但好处是我们一直有新的课题做。因此，做传播学这方面的研究是"痛并快乐着"。就传播学发展来看，我们面临着大好的形势，这是一个得天独厚的机会。但是，传播学的研究跟不上传播学科的发展。尤其是目前传播学在研究方面面临着三个新的问题。概括地说，这三个问题是：第一，传播学的研究与发展在理论上遇到了瓶颈；第二，传播学的研究与发展在内容上遇到了困境；第三，传播学的研究与发展在方法上遇到了挑战。这三个问题在国内外都是存在的。

第一个新的问题：传播学的主要理论，尤其是媒介效果理论，都是建立在传统大众传播模式下的。然而当下传播模式——特别是大众传播模式——已经急剧改变，而传播学则缺乏与之相适应的新的配套理论。许多现存的理论其实已经不适用于新的传播模式，也不能很好地解释新发生的许多现象。这些现存的理论表现出了明显的局限性。虽然传统的大众传播模式仍在运作，但是新媒介带来的新的传播模式对传统的传播理论造成了很大的冲击。比如，议程设置理论中的很多要素已经有了很大的改变，在很

多地方已经缺失了官方可控制的舆论中心，因此，这一理论的适用性也随之有了改变。再比如，两级传播理论以前被认为是随着社会的不断进展已经逐渐减弱了，但现在，在不少社会中出现的实际情况却恰恰证明并非如此。就拿中国的情况来说，短短几年里涌现出了一大堆被称作“大V”的网络意见领袖。“大V”的出现说明，传统的“意见领袖”的概念反而是在后现代社会中大大增强了，因此，它对原来那个“两级传播理论效应已经式微”这一理论假设是一个很大的冲击。

还有一个例子是关于大家很熟悉的“沉默的螺旋”理论。对于这个理论，我同意它并没有全部过时，但是也受到了不小的冲击。事实上，应该说几乎所有的传播学理论都没有全部过时，只是它们在传播学的快速发展中都受到了程度不同的冲击。现在的关键是，如果想研究这些新的传播现象的话，你没有一些新的理论来指引，因而还是不得不去用那些现存的理论。这就会有局限性，甚至会有很大的局限性，或者无法用它们来诠释新的传播现象。但是所有的事情都有正反两面。正因为那些现存的理论可能有局限性并受到冲击，因此也提供给了我们机会去修正它、去发展它、去进一步完善它，抑或促使我们去创造与新的情况相适应的新的相关理论。原本我们做研究的目的就是要去测试某种理论，修正某种理论，完善某种理论，检验某种理论，去了解在另一种文化里、在另一个社会环境中它是否能有效运作。所以，尽管这些理论上的瓶颈可能是存在的，但是只要你处理得好，就相当于给了我们一个机会，而处理不好，仍然全盘套用那些理论就可能出错，因为那些理论已经在不同程度上未必都适用了。

我再给大家举一个关于主流媒体研究理论的例子。我在国内交流时，经常听到有些学者问，西方的主流媒体怎么能在社会上产生那么大的作用呢？而中国主流媒体的影响力为什么在逐渐降低呢？原因在哪里？他们做了很多这方面的研究，有一些人还来征询我的意见。我跟他们说，西方媒体的存在有几个基本条件，但是中国的官方媒体若是想打造成像西方社会中的主流媒体那样，它并不具备那些基本条件。因此，我们至多只能学学西方主流媒体的样子而已，因为你做不到那些东西。哪几个基本条件？首先一条，也是最关键的一条是，西方媒体它本身是一个相对独立的社会体系。我不是说我们的媒体也一定要成为一个相对独立的社会体系，而是说我们在进行学术讨论的时候，你没有看到那些东西，而你需要了解和知道那些东西。因此，在理论指导方面，我们在做研究的时候会碰到各种各样的问题。有些问题它是客观存在的，因为它们受到了冲击。而有些问题是我们自己给自己设置的瓶颈，因为我们没有注意到它们需要的一些先决条件。比如，如果你不了解议程设置（agenda setting）理论的先决条件，就

很难理解为什么我们的官方媒体很难像西方社会中的主流媒体那样起到议程设置的作用，因为你忽略了或不了解议程设置有几个必要的存在条件。所以说，在做研究中遇到的瓶颈，一部分是客观原因造成的，就是在新的环境下有些东西已经不那么完全适应了，新的传播模式对它们带来了很大的冲击，而相应的新的理论也没出现。但是另一方面的瓶颈则是我们自己给自己设置的，因为我们不了解它们有一些先决条件，结果我们自己把自己困住了。

理论的研究、创新，其实是要经过很长时间的，因为真正要成为一个放之四海而皆准的理论，在绝大部分情况下都能显示效应和起作用的，你要找到这么一个规律是不易的。如果一个所谓的理论假设在这个地方可以运行，在那个场合不能运行，这就不能被视为普遍的规律，没有普遍性也就是没有普遍意义的，那它就不能成为一个理论。所以，不可能两个礼拜就搞一个理论出来。你想这个两级传播理论，它是经过很多测试的；议程设置这个理论的提出，也是经过几十年时间的不断完善。议程设置这一理论的最主要的创始人马克斯韦尔·麦库姆斯（Maxwell McCombs），是我 20 世纪 90 年代在得克萨斯大学奥斯汀分校（University of Texas Austin）求学时的导师之一。那个时候他的这一理论已经在全世界被广泛运用了。但一直到前些年，他 90 多岁了，仍在不断发展和完善这一理论。由此可见，一个理论的出现和形成是经过很长时间，是需要在提出以后通过不断的测试从而得到发展和完善的。再如，涵化理论（cultivation theory），研究电视内容对青少年暴力行为的影响，前后几十年做了无数样本，非常不容易。目前的状况是，新媒介、新媒体和新的传播模式的突然出现，一夜间对那些理论产生了巨大的冲击，真的是碰到了各种各样的瓶颈。

第二个新的问题：传播学研究在内容上遇到了困境。相当多的人感到的困境是，传播学的内容太多，不知道该从何下手。而同时，也有一些人觉得传播学的研究内容很空泛，他们不知道传播学到底是做什么用的，又觉得它的领域太窄。我觉得有这两种不同的感觉都很正常。

以前我在别的地方讲课时，也遇到听讲的人问这样的问题。有个人就问得很好，他说：传播学研究的东西跟其他领域研究的东西越来越结合的时候，它们之间的界限怎么划分？你们想想，如果你们来回答这个问题会怎样回答？我是这样回答的：这就需要回到传播学的基本定义是什么。传播的过程，你们都还记得施拉姆的理论吧，包括信息的传输者和信息的接收者，还有信息的反馈及信息的解读，等等。传播学研究与其他学科的研究的界限划在哪里？就是在这些环节里面。作为传播学者，我们就要研究这些环节里面跟传播直接相关的这些方面。比如，如果研究软实力，我们就会着

重研究在软实力传递的过程中，传播起到什么作用，效果怎么样。我们研究公共领域，就会重点研究在构建公共领域中传播能扮演什么样的角色。这是可以清除划分的界限。在所有这些与其他学科交叉的研究中，凡牵涉到传播者、接受者、信息、渠道、内容、效果、手段等与传播相关联的要素，应该就是我们传播学研究者需要关注的重点。因此，关键是要把传播学的基本理念搞清楚了。有些人觉得传播学研究的内容太广、太泛，其实根本问题在于自己怎么把握。

我们搞传播学研究，基本的立足点就是传播。如果你对传播学不够了解，那确实会不知道传播学到底应该研究什么。任何种类的传播过程都牵扯到五六个重要环节，每一个环节都是值得好好研究的。传输者、接受者、信息、解读、符号等都是传播的要素，而这所有一切之中，归根结底是研究传播的效果。所有的传播过程都是基于最后的传播效果的。如果没有效果，那么这个传播过程就没有完成。比如说，一条狗对着你叫，但你不知道它为什么对着你叫，也不知道它为什么在叫，那么，这个传播过程就没有完成。你走到一个十字路口，你看到绿灯往前走，看到黄灯赶快走，看到红灯不再走，这个传播是完成了的。但是如果有一天你走到那里突然看到一个蓝灯，而你不知道这个蓝灯是什么意思，你变得不知所措。那么，那个传播就没有完成。所以传播不是空的，应该是有很明确的意图的，但是能否达到效果并不取决于信息传输者的单向意图。这其中牵涉到的环节是很值得研究的。

我们每个人每时每刻都在传播。人与人之间的传播、人与社会之间的传播，这些都是研究不尽的。不少人觉得现在传播学可以研究的内容太多了，这并不奇怪。我在前面说过，正是由于新的媒介的出现，导致了介质的扩大，带来了传播研究领域和研究内容的无限扩大。现在的人们每天有多少时间是生活在另一个世界里，也就是虚拟世界中？大概有一半的时间。这是多么可怕的事情。仅这一点而言，就值得我们传播学者好好研究。整个人类社会的许多许多的人，都由于手机这么一个小小的东西发生了各方面的巨大变化，世界上几乎所有的政府都在考虑如何应对这些变化。这难道还不值得我们传播学者好好研究么？由于这些新的媒介的出现和运用，人类社会的很多方面在几千年里的变化没有在这三五年里发生的变化那么大和那么快。这难道还不值得我们传播学者好好研究么？当然，在传播学研究中，除了由于研究领域的扩展导致有时候会让我们不知所措，也同时存在着研究内容碎片化的问题，比如太注重细节的问题，太集中于对一些琐碎问题的研究。我在担任很多家国外学术期刊的评审时，感

到送来的文章有很多的研究都太琐碎了、太细太小，学术上立不起来。也许那些文章可以成为很好的商业报告，对某些公司有用，但是在传播学理论上没有建树，也没有多少学术价值。

还有一种在传播学研究内容上遇到的困境，是研究的内容太窄。这个在研究内容上的狭窄就引申到了传播学研究中的第三个新的问题，即在研究方法上遇到的挑战。我在前面已经提到，传播学的研究从最初的不重视研究方法这样一个极端，又逐渐走到了太注重方法这样一个极端，变成了研究中只有方法而没有灵魂。特别是，由于过度地强调了量化研究，尤其是最近几年里太强调大数据的作用，使得很多人只追求通过大数据计算出来的量化研究。因为大数据要靠大量的资金来做，结果是，大家都在花力气设法获得研究基金，然后可以做研究课题和项目。而什么样的研究课题和项目比较容易获得资金呢？在西方国家，比较多的资助来源主要是企业，然而企业需要或希望你做的课题和项目是要对企业有实用价值的。这样一来，很多传播学的研究课题和项目具有实用价值但是缺乏理论和学术价值。这是一个日益严重的问题。在西方，研究资金，特别是社科类的研究资金，它们的第二个主要来源是向各种基金会去申请钱。在美国，基金会主要分两个类型：一种类型是政治性很强的基金会，它们主要支持那种带有明显意识形态倾向性的、明确政治属性的研究，比如，所谓的民主与自由、对共产主义国家进行批评性研究的课题和项目；另一种类型是公益性质的，主要支持跟健康有关的、跟生命有关的课题和项目，那一类的研究容易拿到资金。健康传播确实很重要，但是它也并没有重要到值得所有的学者都要去研究。比如，研究医患关系，美国的医患关系远没有中国这么紧张，他们的研究主要是医生与患者如何沟通最有效。另外，比如进行艾滋病的宣传，什么样的形式最有效等。不能说这些不重要，但是不能说大家都需要去做这个。

但是目前的情况是，很多人的研究都是在做这方面的内容。为什么呢？就是因为比较好拿到钱。为什么那么多的人要去申请钱呢？因为有了钱才有可能去做大型的量化研究。为什么那么多人都要设法去做大型的量化研究呢？因为那是目前的潮流，那样的研究更容易被认可和获得发表。在这样一种倾向之下，很多宏观的研究、具有理论价值的研究却得不到研究资金的支撑，没有得到应有的支持和重视，这就形成了我刚才讲的第三个新的问题。这是一个严峻的挑战。这些方面有些跟中国的情况可能是一样的，有些可能是不一样的。比如，中国的传播学研究在内容上不存在美国的传播

学研究在内容上面临的问题，因为中国的传播学研究得到资金支持的很多课题和项目都是与政治或意识形态相关的，相反的则是，从企业获得资金资助的课题和项目还不是很多。另外，公益性的课题和项目也还不是很多。这也在某种程度上显示了内容狭窄的问题。所以，这个问题也是一个带共同性的问题，只是在不同的社会中表现出来的形式不完全一样而已。

录音整理：李晨晖、徐尚方、杨智森、周襄楠

校对：王沛楠

第四讲
跨文化传播政治经济学的基本框架[1]

◎ **赵月枝**

加拿大西门菲莎（Simon Fraser）大学传播学院副院长、全球媒体监测与分析实验室主任、全球传播政治经济学加拿大国家特聘教授、中国传媒大学长江学者讲座教授。研究领域包括传播理论、传播政治经济学、全球化与传播、意识形态与话语理论、媒体分析等。主要著作包括：*Communication in China: Political Economy, Power, and Conflict* (Rowman & Littlefield，2008)、*Global Communications* (Rowman & Littlefield，2008)、*Democratizing Global Media* (Rowman & Littlefield，2005)、*Media, Market, and Democracy in China* (University of Illinois Press，1998)、*Sustaining Democracy*? (Garamond Press，1998，中译本：《维系民主？西方政治与新闻客观性》，清华大学出版社，2005；2010) 、《传播与社会：政治经济与文化分析》(中国传媒大学出版社，2011) 等。

首先，非常高兴到清华来，这几年我每年都会来，史老师还说我是圣诞老人，因为每年都是圣诞前后来。你们这节课叫作前沿课，说到“前沿”，可能有时候太前沿了就有点脱离，所以我也把握不好。我自己的口号是“享受我的边缘性”(enjoy my marginality)，因为加拿大温哥华那个地方是很边缘的，然后我自己也是在中国、加拿大两边跑，所以都不知道自己在哪里。

我今天给大家带来的题目看着非常长：跨文化传播政治经济学的基本框架。好多人可能连政治经济学是什么都不清楚，因为政治经济学也是一门很边缘的学科。这次来，我带来了一个新的框架，就是跨文化传播政治经济学。这是我自己构建的——不敢说理论创新——一个新的理论框架，但也不是我自己一个人发展起来的。所以，这次希望在我以前讲过的政治经济学基础上有一个新的发展。在这个角度上，我也敢自称自己是一个学术前沿。所以，我今天着重讲这个新思想，而且，我每次来清华都是汇报

1　演讲时间：2014 年 12 月 18 日。

自己的还没有成型的学术新思想，因为清华园一直都是一个很适合进行学术探索和对话的地方。

跨文化传播政治经济学的理论和现实背景

言归正传，我先讲一下跨文化传播政治经济学的理论和现实背景。提出一个新的东西总有现实背景和理论背景。

现实背景就是资本主义理论发展模式的“五位一体”的危机。为什么说是“五位一体”呢？近年来，中国政府提出“五位一体”的发展观——政治、经济、社会、文化和生态领域的协调发展。在我看来，西方在这五个领域都存在深重危机。看看美国，2008 年爆发次贷危机后复苏乏力，可以说这场危机不仅限于经济领域，而是全方位的。在传播领域，尤其是斯诺登曝光“棱镜”计划，让美国一直引以为傲的人权、自由等核心价值观也陷入了空前的危机。前两天我在来中国的飞机上，读到美国众议院发布的中央情报局（CIA）“虐囚”的报告，其中一些细节简直是难以启齿的野蛮行为。这个报告为什么要现在出？因为美国要搞中期大选，在国会里面共和党要压制住民主党，因此民主党这些议员就发布了报告。“虐囚”丑闻、斯诺登危机爆发后，连美国主流报纸都说，美国在互联网治理、新闻自由上已经没有什么道德制高点了。因此，“西方的危机”可以说是跨文化传播政治经济学兴起的现实背景之一。

与之形成鲜明对照的是，就是所谓的“南方”“东方”的兴起，这一点在国际传播领域表现得尤为突出。“东方”是以前所谓的社会主义阵营，现在没有了，但是中国在地理上仍然是“东方”。来自西方以外地区的“另类声音”出现在国际传播领域。有意思的是，我们都认为半岛电视台是多么另类，它自己也做广告说，“代表全球南方声音”，恨不得说是代表“被压迫人民”的声音。但是这里面有一个悖论，半岛电视台是谁办的？它得到中东的一个酋长国的皇室资助，属于“非民主国家”，而且这个酋长国还是美国最大的军事基地，美国打伊拉克都是从那里发兵，实际上它就是美国的附属国。人口很少，二三十万，但是它有庞大的、大批没有移民身份的劳工，主要来自印度和东南亚等国，支撑着当地富庶阶层的生活。这么一个国家，居然成了半岛电视台的主办国，宣称代表全球南方，我认为这是对“全球南方”（global south）这一概念的莫大讽刺。

委内瑞拉也办了一个“南方电视台”（La Nueva Televisora del Sur，teleSUR）。委内瑞拉当时在查韦斯的领导下，有意挑战美国霸权，但是这个南方电视台，主要面

对拉美地区，在全球范围内影响不大。还有一个叫“今日俄罗斯”（RT 或 RUSSIA TODAY）。有意思的是，苏联垮台后，俄罗斯在国际舞台上反而敢于在意识形态上与西方争夺话语权了，而且 RT 这个电视台周边云集了一批敢于批判资本主义的“左翼”思想家，在卫星电视领域成了“反西方”的主要舆论力量。当然，无论是“半岛”“南方”还是“今日俄罗斯”，它们的努力还都有限。

还有在互联网治理上，国内刚在乌镇举办了全球互联网峰会，巴西也开了互联网制宪会议。我们在大规模推进软实力建设，但是效果怎么样很难说。我为什么说“去政治化的中国软实力”？我们只说市场化，只推广文化，而且这个文化是“去政治化”的，实际上西方国家并不这样看。你看孔子学院，不就是教点中文吗？但是美国看得非常清楚。2014 年夏天，对孔子学院进行声讨的是一个什么机构？美国教授协会。美国的教授们说，孔子学院的存在会影响学术自由。我们以为，用这样的软实力输出，国家形象就能够改善了。2009 年，纽约时报广场上播出的中国国家形象片，里面是五十多位成功人士，包括姚明等文体明星们，但几乎是同一年，美国《时代》杂志选封面人物，候选人中有“中国工人”，而且以一种群像方式推出，《时代》杂志这样的真正的资产阶级媒体反而讴歌了中国的工人阶级，经济危机的时候，是我们中国的工人阶级，支撑着世界的经济。

从理论背景来看，跨文化传播政治经济学主要来源于“文化帝国主义”，现在大家都认为不时髦了，有人说，你不要再讲文化帝国主义理论了。还有，中国都走出去了，怎么还是好像好莱坞在欺负我们呢？所以在这样的语境下，首先是文化帝国主义理论没有多少人谈了，即便是在谈的时候，还有一个有意思的现象。有些西方的“左翼”批判学者提出，美国是老牌文化帝国主义，而中国现在有钱了，向全球输出软实力，也是一种文化帝国主义，所以中美之间变成了“资本主义体系内部的竞争对手”（inter-capitalist rival）。我反驳说，你不要这么着急就把中国说成资本主义嘛。如果把中美之间的竞争说成两个“帝国主义”之间的竞争，有点为时过早。其实还是不平衡的，是美国在监视我们，我们没有监视别人，美国还是主导。上海马上要建迪士尼，但在美国没有建什么“上海乐园”。所以说实力还是不平等的。另外，还有国家和政权性质的问题，中国真的是资本主义国家了吗？任何在中国生活过的人都不会同意这样的看法。我认为，有些西方学者把中国和美国之间的关系说成是两个资本主义国家的竞争，并不符合实际状况。

因此，原有的西方理论体系已经不能解释当下世界的复杂性，中美关系就是其中一个典型的例子。在这样的语境下有必要进行理论创新。跨文化传播政治经济学就是

这样的一个新的阐释框架。它与文化帝国主义存在着理论上的渊源，但并不仅仅是后者的一个新版本。我们以前理解的文化帝国主义理论实际上是有局限性的，那是一种激进的文化帝国主义。当年首先提出“文化帝国主义”的赫伯特·席勒（Herbert Schiller），他是传播政治经济学的创始人之一，也是当代著名传播理论家丹·席勒（Dan Schiller）的父亲。我曾经与赫伯特·席勒在加州大学圣迭戈分校共事过一段时间。

在赫伯特·席勒1976年出版的《传播与文化宰制》（*Communication and Cultural Domination*）一书中，他提出了“文化帝国主义”的定义，大意是，二战后很多亚非拉后殖民国家独立，这些新国家的统治阶层，是如何“被引诱、施压、胁迫——有时甚至被贿赂——去打造本国的社会体制，使其适应、甚至推广现代世界体系统治中心的价值与结构”，也就是美国的价值和结构。说白了，文化帝国主义理论阐释的就是后殖民国家如何被卷入资本主义体系的过程。现在西方学界都认为这个理论已经过时，丹·席勒出来为他父亲的理论辩护，也就是“儿子来阐释老子的理论”。他说，文化帝国主义理论遭到了误读，后来的文化帝国主义的理论研究失去了阶级视角，把文化“本质化”了。丹·席勒进一步指出，他父亲原来的理论“接近——（虽然）事实上一直没有成为——跨国阶级斗争理论”。

实际上，赫伯特·席勒最早提出的文化帝国主义理论与著名的后殖民主义理论家弗朗茨·法农（Frantz Fanon）——国内也有翻译成范农的——是遥相呼应的。法农指出，第三世界的新兴独立国家，完全有必要时刻提防与遏制新生资产阶级与特权阶层的产生，从而使其精英阶层不被美国宣扬的普世价值“洗脑”。也正是在这样的情形下，另一位传播政治经济学的创始人达拉斯·施麦兹（Dallas Smythe）在20世纪70年代初到中国来访问，他被中国当时“无产阶级政治挂帅”“工人阶级领导”这样一些口号所吸引，来研究“社会主义另类文化”，写下了《自行车之后是什么》一文。

在我看来，文化帝国主义理论的核心主张是，文化是有阶级视角的。所以不能简单说，中国被美国文化征服了，好像中国人都是好莱坞的牺牲品似的，根本不是那么回事。对于那些认同好莱坞、迪士尼文化的人来说，它们给人提供了市场和文化资本——这就是传播政治经济学关注的焦点。我希望强调的是，席勒提出的文化帝国主义理论的核心概念之一便是“跨国阶级斗争”，当然这个“斗争”不是说“以跨国阶级斗争为纲”，并不是你死我活的斗争，在当今的语境下表现为跨文化语境下的竞争、对话与沟通。因此，跨文化传播政治经济学是在文化帝国主义理论基础上与时俱进的继承和发展。

跨文化传播政治经济学的定义

下面我探讨一下“跨文化传播政治经济学”的学科边界。首先说说为什么叫这样一个名称，先要回到传播政治经济学。前面说到，它在理论层面上是对文化帝国主义理论的继承和发展。传播政治经济学关注的是传播与政治经济权力之间的相互影响和作用，传播政治经济学的核心是权力问题，而我是要在这个框架的基础之上，再加上一个跨文化视角。大家都读过文森特·莫斯可（Vincent Mosco）的《传播政治经济学》一书，他探讨的主要是西方社会的状况，而我要强调的是全球化、跨文化的语境。

跨文化传播政治经济学，先把“传播”这两个字拿掉，不只是简单的政治经济了，要把全球的视角引进来，因此，它所关注的是“传播与不同的政治经济文化体系因在不平等的世界体系中的碰撞而产生新的社会文化形式与实践这一过程的相互构建关系”，在当下主要是对“传播在维护与超越世界资本主义体系过程中的地位与作用”进行研究。一方面，关注的是传播；另一方面，是不同制度、体系之间的碰撞。说得具体一点，就是中国与美国之间的碰撞。我不愿意承认中国也资本主义化了，中美竞争说不定要打仗。我认为这两个体系是不同的，而且是在不平等的世界体系中碰撞，这种碰撞会产生新的文化形式，传播跟这个过程是“互构”的关系。跨文化传播政治经济学就是对这个过程进行研究。

用英文来表达应当是 transcultural political economy of communication. 我使用 transcultural 的说法，不完全等于传统意义上的“跨文化”。因为我知道在国内，跨文化传播研究，更多的是中国人和美国人之间的交流，在个体的层面，而不是像我说的在世界体系层面，我用的这个“跨”和那个 cross-cultural 是不一样的。“transcultural”这个词来源于“文化转型”（transculturation），与一般意义上的“转型”（transformation）有关。而 culture 和 cultivation 有关，是培育、培养的意思。transcultural 是指在文化的培育过程中又产生转型。我想强调这是一个转型的过程，因此把它翻译为“转文化”更合适。但考虑到国内学界的接受程度，我还是采用“跨文化”的说法。

举个例子，前段时间，我们隆重纪念了抗战胜利日。从文化的角度来看，日本侵略中国也是一种“碰撞”，但是在这个过程中，中国并没有灭亡，而是产生了全民抗战，产生了《义勇军进行曲》，促使国共两党之间的势力消长，也推动了新中国的成立。简言之，这个“碰撞”过程中产生了新的文化形式、新的社会形式。因此，从传播政治经济学的角度来看，当下中美的“碰撞”也可能使这两个国家都产生变化，形成新的

社会文化形式。

跨文化传播政治经济学的理论资源包括批判理论、后殖民政治理论、“全球南方”理论和人类学研究，等等。当下，我们关注的是世界文化体系的变化，尤其是资本主义现代性语境中的特殊性和“多重现实”问题。

以当下的中美关系为例。当下的中国并没有成为资本主义国家，仍然继承了社会主义的传统，当然还有传统的农耕文明的遗产，这些在美国是没有的。虽然都在全球资本主义体系之下，但中国还是有特殊性，还有“多重现实”。我希望超越民族国家的分析框架，强调不同文化的不平等碰撞如何产生新的社会文化形式和实践。一般而言，批判传播政治经济学只强调资本的权力、国家的权力，不强调社会的主体性、反抗性的权力，或者说社会的能动性，而在我的理论框架中特别突出后面这些因素。但是我的框架与传播政治经济学理论——尤其是和西方学者的立场——有很大区别，尤其是在对“反抗性”的理解上。很多批判理论家一听到“反抗性”就认为是进步的，其实不一定，反抗有可能以一种倒退的、返祖的形式出现。因此，我强调用“能动性”代替“反抗性”，但我不认为发挥主观能动性必然走向光明，这要看我们以什么社会意识形态为主导，社会不同力量以何种形式进行互动。

重新确立历史观

跨文化传播政治经济学的一个重要的理论出发点，就是重新确立我们的历史观。传播研究中很重要的一个方向是用政治经济学视角来书写人类传播史。但在当下的中国，大家都在研究新媒体，研究传播史的人不多，我们不仅缺少传播史的研究，而且视角还需要不断调整。对政治经济学而言，基本上是西方中心的历史观，这是它固有的偏颇之处。莫斯可说过，政治经济学可资借鉴的出发点之一是，优先考虑社会变革与历史转型。然而，他也一针见血地指出，政治经济学研究“主要建诸于一种元叙述之上，这种元叙述将学科研究牢牢植根于西方白种男性智力活动的典型模式中”。马克思主义政治经济学把西方资本主义的兴起与殖民扩张的开始视为历史的“时间零点”。马克思也研究“前资本主义社会”，但目的是为了更好地分析资本主义生产方式。换言之，政治经济学最感兴趣的是资本主义崛起后的这段历史。在我看来，有四股思潮挑战了这种历史观的合法性。

第一股思潮来自北美的原住民理论家，他们对原住民历史的书写和对北美“垦殖

主义”（settler-colonialism）的批评，以及正在兴起的“原住民社会运动”，其主题是“不再无所作为”（Idle No More Movement）。我在加拿大定居，对原住民运动比较关注。我自己在加拿大最欣赏的理论前沿，就是那些原住民理论家的著述，这和你们在媒体上得到的印象很不一样。大家经常在电视上看到原住民在那儿跳舞，衣不蔽体那种原始的印象，你能想象原住民还有理论家吗？有，不仅有，还非常前沿。我目前在西门菲莎（Simon Fraser）大学传播学院工作，主持院庆活动，请来的主讲人就是一位原住民理论家。丹・席勒就坐在下面听，后来他说挺好。这些理论家对国家、殖民问题的批判非常前沿，对加拿大资源的保护会提出很多新的思想。总体来看，原住民理论家对政治经济学提出了挑战。

第二股思潮来自“世界体系”的理论家，代表著作有弗兰克的《白银时代》和阿瑞吉的《亚当•斯密在北京》等。这些学者重点分析西欧资本主义兴起以前的世界经济，彻底颠覆了东西方的中心—边缘关系。弗兰克详述中国在被西方“半殖民”之前的国家与市场和政治经济情势。阿瑞吉说，在亚当・斯密眼里，中国唐、宋、元、明时期的经济才是真正的市场经济。而西方的那个市场经济是被歪曲了的。这个观点你们不会一下子接受，你们可以去读他的书，我没有时间细说。这些“世界体系”的理论家都共同致力于用去本质化的视角重新认识资本主义，不赞同把“全球化”完全等同于资本主义在世界范围内的扩张。因为他们坚信，资本主义全球化不是唯一道路，还有其他的替代性方案。

第三股思潮来自后殖民学者，代表作如印度裔美国学者查克拉巴蒂的《行省化欧洲》（*Provincializing Europe*），这是一项重新书写历史、对知识进行“去殖民化”和“去冷战化”的工程。Province 大家都知道，就是一个省，他把“省”这个字做成了动词，把欧洲看成一个省，而不是什么“普世”。像他这样的后殖民学者坚信，“知识范式”的转变就是“知识去殖民化”的过程，要从殖民地时期与前殖民地时期的历史深度来重新审视当下，完成政治“去殖民化”的目标。

具体来说，“去殖民化”首先要还原讲殖民以前的历史，比如，原住民将哥伦布发现新大陆之前的历史进行还原，目的是“拯救历史”。又如，讲前资本主义的历史，讲前现代的历史，比如讲所谓的“礼物经济”，而不是现在的商品经济，这样才能重新确立历史观。对今天的中国学者而言，最重要的是重新思考充满矛盾和内部斗争、并在一定程度上相互联系的国际共产主义运动史，以及第三世界反帝、反殖民和民族解放的历史。

第四股思潮来自西方社会科学本身的反思。我们现在批评中国不是真正的市场经

济，在中国做生意要靠人际关系，没有真正的合同和契约关系，中国文化导致契约关系没法建立。实际上，哪有纯粹的契约关系啊！美国社会学家、汉学家赵文词（Richard Madsen）指出，一个完全建立在信用契约和个人利益关系基础上的“市民社会”概念既是不稳定的，实际上也是不存在的，但是，现代西方社会理论却未能解释，现代市场逻辑与那些不知何故使其得以运转的前现代道德传统之间究竟是如何调和的。实际上在西方社会科学里面，也承认没有什么纯粹的所谓市场经济，人的关系不能只简化为“契约”关系。但是当下的社会科学理论，尤其是经济学理论，恨不得把“道德”因素都排除出去。西方社会科学本身也开始思考，前现代社会的那些道德传统应当如何与市场经济相互调和。

上述这些理论都要求我们超越对历史的直接分析。即使我们聚焦资本主义，也要搞清资本主义的“史前史”，也要搞清楚资本主义的历史演变脉络。后殖民理论家萨米尔·阿明（Samir Amin）把资本主义分为三个阶段。他说，之前有一个漫长的准备期，从1000年到1800年，然后是西方取得统治地位的“短暂成熟期”（19世纪），接下来是由于“南方的觉醒”而开始的漫长的衰落期，20世纪“南方国家”追求独立、改造世界的运动是第一波；21世纪“南方国家”继续争取更大自主权的运动是第二波。目前正方兴未艾。他认为，“南方”的崛起意味着资本主义的衰落。“国家要独立，民族要解放，人民要革命，这是不可抗拒的历史潮流”，阿明引用了毛主席的这句名言，来描述资本主义发展的第三个阶段的特征。

我们花了那么多时间来讲历史，为什么呢？首先，是因为我们要树立一个新的历史观，重新认识历史的目的，不是回到过去。而是把资本主义“去自然化”“去常识化”，从而为想象一个超越资本主义的未来提供可能。但是我们现在很难想象，比如，后现代主义思想家詹明信（Frederic Jameson）就说：“想象资本主义的终结比想象世界的终结更难。”我们老说世界末日，很少有人再说资本主义的末日，所以我们需要想象这种可能性。

其次，我们要重新思考西方中心主义的概念范畴和历史假设，包括“亚细亚生产方式”这样的马克思主义的概念范畴，以及将“现代性”等同于“资本主义现代性”等简单化思维。“亚细亚生产方式”，包括对“东方专制主义”的理解，现在西方媒体和学术界一说中国就想到专制、集权，实际上都是来自那里的。

最后，我们要发掘超越资本主义的历史和文化资源。美国土壤物理学之父富兰克林·金在他的《四千年农夫》中对中国传统农耕文化推崇备至。书中就讲到我小时候熟悉的那些农业生产方式、施肥，把人粪抬出去浇地，然后农民做草木灰，松土，等

等，描述得非常详细。作者认为，东方农耕是世界上最优秀的农业生产方式，是最具有可持续性的。而美国的大农场方式完全不可持续。一个世纪以后，我们国内的访问学者，去西方学习先进经验，他们发现，美国最前沿的有机农业实践者就是把这本书当作有机农业的教材，于是赶快把它翻译成中文。与此同时，新一代中国农民放弃了传统，改学西方，改用抽水马桶，化肥代替了粪肥。到底谁先进？谁落后？这本书里把中国农民说成最伟大的土壤学家、生化学家，而我们自己却说传统农业最落后，需要进行现代化的改造。这个例子本身就说明了发掘超越资本主义历史和文化资源的必要性及迫切性。

重新梳理世界观

跨文化传播政治经济学的第二个理论出发点是：重新梳理世界观。如果历史观是时间问题，那么，世界观就是空间问题。我们一直说与西方“接轨”，其实不是“接轨”，而是“转轨”，不是融入世界文明主流，而是作为主体去创造新的人类文明。凭什么我们就要融入别人？要和美国一样？你是和华尔街摩天大楼的那些精英白领们“接轨”呢？还是和哈莱姆区的黑人贫民“接轨”呢？这又回到了那个被遗忘很久的“阶级”问题。当下中国的知识分子说“接轨”时，他们想到是和美国接轨，根本没想过和美国的哪个阶层、哪部分人接轨。

政治经济学强调主体，强调改造世界的可能，而不是简单地跟着别人的逻辑亦步亦趋。还是回到莫斯可的观点，他指出，政治经济学可资借鉴的第二个出发点是，不只关注资本的力量——如资本的权力、垄断与集中等，而是强调“抗争”。但西方批判理论家们只提到劳工（包括跨国劳工）和性别立场的抗争，忽视——最起码是淡化了——国际斗争、民族与民族主义等问题，因而没能充分讨论“南方”国家联合抗击资本主义的可能性。

没有一个国家内部是不存在一些矛盾的。美国现在各州都遭遇了不同程度的经济危机，甚至有人说美国要解体，非常耸人听闻，但是苏联解体之前，大家也说是不可想象的。归根到底，这些矛盾的出现是由于全球政治经济转型的大幕已经拉开。20 世纪 50 年代有一个“万隆会议”，现在有人说要有“新万隆”。许多国家看好中国的作用，现在中国富了，倡导设立了金砖国家银行，还有亚洲基础设施投资银行——“亚投行”。因此，现在又出现了许多新的“抗争”形式，不是过去你死我活的那种斗争方式，更

多的是合纵连横，既竞争也合作。对这样的全球新变局，西方的传播学术圈关注的很不够，除了写一写世界传播新秩序等问题，基本上没有太多的关注。

我们要看国家之间的抗争，问题是，什么叫国家，什么叫民族？传播学不是社会学、政治学，我们不会把这些词汇视为“问题”，直接把它们拿来就用。不少中国的传播学者把国家（state）和政府（government）都是混在一块儿用的，要么都翻成政府，要么都翻成国家，这种不严谨的态度需要纠正。

民族国家理论、被压迫民族的民族主义的性质等问题是非常重要的。大家只要想一想，难道中国的民族主义和西方的、欧洲的民族主义是完全一样的吗？印度学者维杰•普拉萨德（Vijay Prashad）在《更黯淡的民族国家》（*The Darker Nations*）中指出，“欧洲的民族主义者想当然地认为一个民族（或许也可被称为一个‘种族’）只有在某个特定国家的组织动员下，才可能成为他们的民族”。后殖民理论家则不能接受欧洲的观念，他们创建了另一套民族国家理论：“这套理论由两个要素构成：一是他们与殖民主义抗争的历史；二是他们实现正义的纲领。”也就是说，后殖民国家对“民族—国家”的理解，与西方是完全不一样的。

民族国家的问题到中国就变得更加具体了，我想引用青年学者李北方的论述，他有一篇题为“我们如何叙述中华民族”的博文，用通俗的语言印证了普拉萨德的观点：不但“作为一个自觉实体的中华民族是在中国近现代的革命历史中产生的”，而且，“这里所说的革命是双重的，既包括以民族独立为目标的民族主义革命，也包括以实现平等为目标的社会主义革命。反过来说，离开了中国革命的历史，中华民族就无法被叙述，甚至连这个概念本身都不能成立了”。也就是说，“中华民族”的概念是与革命联系在一起的，这个革命，从外部来看先是民族独立的革命，也是内部追求平等的革命。正因如此，我们的民族叙事是多民族的叙事，与西方种族主义的叙事完全不同。旅英学者林春在《中国的社会主义转型》中写道，中华民族的叙事必然是带有社会主义成分的叙事。林春有一个更明确的说法，他说中国特色就是社会主义，没有别的什么东西。

回到我前面说的，中国不是去“接轨”，而是要去跟世界一起“转轨”。如果中国特色就是社会主义，那世界的未来就是社会主义的。林春教授 2013 年出版了一本新书，叫作《中国和全球资本主义》（*China and Global Capitalism*），这本书真的非常重要，可惜大家如果没有理论背景的话可能读起来比较困难，所以，我今天的讲座实际上也可以为大家读这本书做一个铺垫。书里有一句很重要的话：“事实上，中国（和其他国家）在全球中的位置不仅被（资本主义）划时代的条件本身所定义，而且也被其改变这些条件的能力所定义 (In fact，China’s，and for that matter，any other nation’s position

in the globe is defined not only by the epochal conditions but also by its ability to modify those conditions.)。”

另一篇可以进行对照阅读的是汪晖教授最近发表的论文《20 世纪中国历史视野下的抗美援朝战争》。文中的核心观点是，由于抗美援朝，才让新中国摆脱了被动地位，才为后来“万隆会议”提供了可能性，激励了第三世界的反帝反殖民运动，也才有了后来建立“国际信息与传播新秩序”（NWICO）运动的努力。我们不只是要加入现有的世界体系，而是要去改造这个体系。从政治经济学的视角来看，一个国家在全球中的位置不是一成不变、预先被设定的，而是有能力去改变的。这个能力本身就是你的“主体性”和“能动性”。但是，正如林春所言，“这些能力一方面被‘资本主义不可避免的’失败主义论调所遮蔽；另一方面也被有关本土、特殊和混杂的逃避主义的自我陶醉叙事所遮蔽”（Such abilities... are what tend to be overlooked in a defeatist discourse of capitalist unavoidability on the one hand and escapist，self-congratulatory narratives of the local，particular，and hybrid on the other）。

有些人认为，资本主义体系是历史的终结，我们没有力量去改变它，只要加入就好了。还有一种是原教旨主义的抵抗，实质上是逃避主义，是一种消极的、落后的、返祖式的抵抗。这两种方案都不是解决问题的出路。林春提出的观点恰好与我们之前说的“文化转型”（transculturation）——不同体系之间的碰撞产生新的形式——基本是一致的。

举一个具体的例子，现在国际关系领域中最为关注的人权问题。在“冷战”期间，在人权问题上谁是主动方？谁是被动方？谁处于攻势？谁处于守势？中国、苏联这些社会主义国家和第三世界刚独立的国家是主动进攻的一方，美国是被动防守的一方，这是因为美国推行的种族主义政策和对民权的压制。我有不少美国朋友搜集了“文革”期间的宣传画，他们最感兴趣的是那些号召中国人民支持黑人民权运动的宣传画。美国学者玛丽·杜齐亚克（Mary Dudziak）写过一本很受关注的书《冷战民权：种族与美国民主的形象》（*Cold War Civil Rights: Race and the Image of American Democracy*），这个题目本身就很有意思。美国不是由黑人领导了民权运动吗，但是作者把这个定义为“冷战民权”，意思就是说，美国由于对黑人的歧视，在国际上很被动，与此同时，战后的美国又要在世界上改善形象，推销软实力——它宣扬的自由民主那一套。由于东方国家的舆论攻势和对美国的批判，迫使美国政府不得不对黑人做些让步。当然马丁·路德·金领导黑人起来抗争也很重要，但是当时国际舆论的作用不容忽视。20 世纪 60 年代美国民权运动能够取得成功，跟第三世界国家的支持和国际舆论对美国的批评大有关系。

跨文化传播政治经济学的第三个出发点是，我们要克服文化本质主义和相对主义的认识论。前面我提到过《行省化欧洲》这本书，但这是不是就意味着文化相对主义呢？比如说，任何文化都不能批判，并不是这个意思，不能回到所谓的原初状态——即没有被资本主义“玷污”的那个“元叙事”，因为我们都生活在资本主义全球化的时代。所谓的“行省化欧洲”，就是欧洲要“去世界中心化”。过去人们都相信，只有欧洲文化是理性的，其他文化都不是。所以，欧洲是世界文化的中心。实际上，欧洲文化受到了其他文化的熏陶，包括东方文化影响。比如说“放任自由”（laissez-faire）的理念，就是受道家的“无为”思想的影响。因此，没有哪些东西纯粹就是“欧洲的”，我们要反对的就是这种文化的本质主义。实际上，欧洲文化就已经是人类文明融合的结果了。

为了进一步说明这一点，我要引用美国女性主义思想家苏珊•伯克-莫尔斯（Susan Buck-Morss）的一段话：“我们必须反对某些集体把某些历史进步的时刻据为己有，实际上，这样的时刻不属于任何人，因为它属于每个人”(We must reject the claim that certain collective ‘owns’ of moments of historical progress as ‘its exclusive possession’: Such moments of historical progress belong to no one because they belong to everyone)。

比如说，法国革命确实发生在法国，但是它的思想遗产属于整个人类。按照莫尔斯的说法，不能让西方把民主这个概念“据为己有”。在那样的特定历史条件下，产生了这个概念，它不一定是普世的，但是它是全人类共同的财产。

用“行省化欧洲”这样的思路来书写历史，意味着什么呢？就是要强调不同的叙事之间的竞争，用查克拉巴蒂的话说，就是“要把‘历史斗争’置于前台，与此来判定谁的叙事、哪些‘普世价值’最终胜出”（foregrounds “historical struggles” in deciding whose and which “universal” wins）。不同的民族都有自己关于人类起源的叙事。比如说加拿大的原住民，他们有关人类起源的说法与白人的完全不一样。大家都认为自己是“普世”的，这是一个“谁的普世能够成为普世”的过程，而不是“谁的特殊成为特殊”。这使我相信，与其用“中国特殊国情论”对抗“西方普世主义”，不如用“共产主义的普世主义”对抗“资本主义的普世主义”。有鉴于此，我赞成林春所坚持的观点：中国特色就是“社会主义”，而不是中国特色的资本主义，或儒家资本主义。

人类文明不能切成这个是中国的，那个是欧洲的。不能说民主是西方的，中国就不配实行民主。实际上西方民主与科学一样，都是在特定历史条件下产生的人类文明结晶，比如，西方数学就是在吸收阿拉伯文化的基础上产生的。在此基础上，我们应当人类文明的共同性和共通性，只有一个人类文明，而不是所谓的“文明冲突”。

21 世纪生态社会主义视野

当下，跨文化传播政治经济学的另一个基本框架是 21 世纪生态社会主义的视野，这个框架要结合生态文明的框架。国外也有很多讨论，把这叫作“生态马克思主义”。现在大家都在关注如何讲好中国故事，由于作为一个自觉实体的中华民族是在争取民族解放和社会平等的革命中产生的，中国故事就必然是一个超越单一民族、尤其是汉民族中心主义的各民族人民在社会主义框架下追求解放的叙事。在国际层面，这曾是一个“国家要独立，民族要解放，人民要革命”的叙事。但是今天，我认为要加上一点，在资本主义消费主义产生了生态危机的背景下，这必然是一个生态社会主义旗帜下“国家要独立，民族要解放，人民要革命”的叙事。

在全球化时代，尤其是在消费主义大行其道的今天，这个生态主义的视角非常重要。地球的生态容量能否容纳“中国崛起”和以发展中国家为主的“其他地区的崛起”（the rise of the rest）？我们回头看看斯迈思的《自行车之后》一文，他对转变资本主义生产与消费关系，以及转变其科技创新制度的必要性的激进坚持，在今天就显得更加迫切与中肯。这不仅为了中国，更是为了全人类生态可持续发展的未来。

大家都知道，美国那么丁点的人口，消费的能源资源占了地球的大部分。加拿大也是这样，我本人也是受益者。如果全球人都这样生活，我们的资源如何能供应？我们要多少个地球？有人也说，要到火星上去生存，但是等你实现了那个目标，说不定地球都毁灭了。

早在 20 世纪 70 年代初，斯迈思就说，有了自行车之后，就不要发展私人小汽车了。我认为，他想表达的意思是，政府应当提供足够的公共产品，不要走那么极端的消费主义道路。他还提到，西方电视业实质上是威权主义的，完全是围绕消费主义服务的。他希望中国能避免这样一条路，所以他来调查，写了《自行车之后》，问中国人民有了自行车之后要什么。当然我们现在可以响亮地回答：当然是小汽车！但我们还可以说，有了自行车以后有什么呢，还有高铁。这比美国的汽车文化好多了，高铁毕竟是一个公共产品。

我们要重新思考消费主义主导的生活方式。这离不开广告的巨大作用，消费主义的兴起是建立在媒体商业化的基础上的。还有，信息产品本身对环境的污染也是巨大的。我们以为搞信息经济、文化产业了就干净了，其实它一方面宣扬消费文化，另一方面对于环境的破坏巨大。那些电子垃圾，我们的家里有多少台废弃的电脑、淘汰的电视机，有多少台旧手机，多少废电池，而且这些垃圾被非法运到包括中国在内的发展中国家，在那里被拆解，影响我们的身体健康、整个土地水源。所谓信息产业是无污染的“绿

色产业”，这是媒体制造的“神话”，信息产业也带来了非常严重的生态问题。

我们前面提到的原住民理论是在生态文明的视野上继承和发展了马克思主义。大家知道，经典马克思主义理论带有浓厚的西方中心主义的色彩，聚焦于阶级矛盾，但对殖民主义——或者说列宁所说的帝国主义——缺乏有力的批判。但现在的原住民理论家认为，并不是要否定马克思主义，而是要完善和发展马克思主义，要超越马克思主义中的阶级决定论，来扬弃马克思主义中的“规范性发展主义”（normative developmentalism）、“发展主义本体论”（developmentalist ontology），以及“人类中心的世界观”（anthropocentric world view）等理论遗产，形成新的跨文化传播理论。这是因为经典马克思主义是 19 世纪的进步主义历史观，没有意识到发展的局限，这对中国这样的传统农业文明尤其重要，也是当下超越资本主义、城市中心主义和实现“新乡土主义”的前提。

我们需要超越发展主义的伦理，以为发展就是好的，增长就是好的，一定要增长，把蛋糕越做越大。这也被称为“发展本体论”，把发展当成铁律，视为无须讨论的问题。类似的概念还有“人类中心的世界观”，好像自然界都是为人类服务的。这也是 19 世纪的进步主义历史观。上述这些观念都需要与时俱进。对发展主义和人类中心主义的批判，对中国这样具有深厚农业文明传统的国家而言尤为重要。我们也需要超越城市中心主义。资本主义本身就是城市中心主义的，大家都想到上海世博会的那个口号，“城市，让生活更美好”，难怪大家都要往北、上、广跑呢，小城市还不行，还得是大城市。

对发展主义和人类中心主义的批判是有积极意义的。在西方国家，环境立法起初就是以人为中心的，自然都是为我们所用的，各种生物都是服务于人的，这个观念遭到了越来越多的质疑和批判，原住民理论家是其中最为重要的一支力量。他们的理论也被称为“南方理论”，与“西方理论”是形成相互对照的关系。

这里我重点介绍一下加拿大原住民思想家格兰·库特哈德（Glen S. Coulthard）。他说，要把批判的重心从资本关系转到殖民关系，从而超越经典马克思主义所奉行的进步主义历史观。他既强调土地的重要性，又强调劳资的关系，同时还关注殖民剥削等问题。对原住民来说，批判的对象是当年白人的垦殖主义者，对中国而言，我认为就是城乡关系。用西方话语来表述，城市化可以被视为一种“内部殖民”的过程。现在一直在进行。明年 3 月，我会在浙江老家农村开一个研讨会，主题是“城乡关系视野下的文化传播与乡村转型”。我想把原住民理论运用到中国，不是直接套搬。在中国，不是一个种族对另一个种族的殖民，而是一部分人口对另一部分人口的“殖民”。更有意思的是，我们这样的城市人往上溯好几代也都是农民，但是城乡关系从某种角度上

与殖民关系有不少可比之处。

库特哈德的代表作是《红皮肤，白面具：拒绝关于认可的殖民政治》(*Red Skin, White Masks: Rejecting the Colonial Politics of Recognition*)。这个书名显然借用了后殖民理论家法农的名作《黑皮肤，白面具》(*Black Skin, White Masks*)。库特哈德在书中强调的是土地问题。他指出，对于原住民来说，土地不仅仅是一种物质资源，而是作为一套"互惠系统"，为我们在处理人和人之间以及人与自然间关系时提供了许多启示。

库特哈德把自己称作"迪尼共产主义者"(Dene Communist)，"迪尼"是原住民的一个部落。他把自己称作一个共产主义者，显然不是要否定经典马克思主义，而是要丰富和发展马克思主义，在阶级关系分析上再加上人与自然的关系，尤其是人与土地的关系，从而超越人类中心主义。对于他们来说，土地不仅用来种植农作物，而且是神圣的代名词。人和土地之间是有机的关系。你从土地上汲取了营养，是要返回去的，而且不能以化学的方式返回去，说俗了，就是吃了土地上种出来的东西，排泄物回到土地里去。有的农业学者说，中国几千年文明为什么能持续，就是因为我们有这样一个互动、循环的关系，而别人没有。但自从工业文明后，这样一个关系被撕裂了。马克思实际上一直在研究这个问题。所以我们要有这样一个超越人类中心主义的视角。

原住民理论家讲的人与自然之间的关系，实际上和我们讲的"天人合一"是一致的，美国出版的一本研究马克思主义的学术期刊《每月评论》(*Monthly Review*)刊登过一篇论文，作者是一位日本的博士生，他专门研究马克思留下的读书笔记。作者发现，马克思花了很长时间研读农业和化学方面的文献，钻研现代农业和土地的关系。因此，虽然马克思从一开始信奉的是发展主义，但到后来他对现代农业对土地的破坏也是有批判的，开始转向提倡对土地和人之间的良性循环。

想象一个超越资本主义的未来

构建跨文化传播政治经济学的基本框架，我们还是要回到学术主体性问题，或者说，学术目标是什么。我希望能想象一个超越资本主义的未来。我不希望变成了有些西方"左翼"学者说的那样，我们的未来是两个资本主义体系之间的竞争。前段时间，我看到学者戴锦华讲道，她对一位西方学者说，我们不就是一直想学你们的价值，学你们的观念吗？对方却回答，你以为我们喜欢你学吗？我们的热脸贴上去，人家未必领情。我们老想追赶西方，追赶美国，但问题是：第一，你能赶得上吗？第二，人家让你赶

吗？所以，跨文化传播政治经济学的基本框架还是要落到社会主义道路，要想象一种社会主义的可能性。这个社会主义当然与广义的民主是一致的。从传播学的角度来看，我们要想象的是国内和国际传播的民主化。

那到底什么叫民主？美国汉学家赵文词（Richard Madsen）说得好："民主可以有不同的形式。与其说中国这样的一个社会必须变得像西方，毋宁说西方自己需要寻找振兴其公共领域的新途径。在现代（或后现代）条件下探索使公共领域制度化的新途径，把中国和西方以一个共同的追求连结在一起。"

斯诺登出现了，黑白种族冲突愈演愈烈了，美式民主也出现了不少问题。我上次去西雅图真的震惊了，因为街上无家可归人士是如此之多。"把中国和西方以一个共同的追求连结在一起"，这当然是学者的理想主义，也就是说美国也要有民主，中国也要民主，只有互相批判，才能使大家互相有长进。戴锦华在另一个演讲中讲到这个"主体性选择"的原则，她说："当年第三世界在全球舞台上被凸显出来是由于第一世界、第二世界的知识分子们，他们选择了叛逆性的认同。他们认同了第三世界，他们高举起第三世界的反叛的旗帜。"他们反叛的是自己所处的资本主义制度，对美国进行批判。像开头提到的赫伯特·席勒，就是一个文化帝国主义的批判者。但是批判是有代价的，它的代价就是，很多年工资不得提升，尽管他出了很多成果，但是十几年都不给他增工资。而且不给他带研究生，或者大家都会说"不要跟着他，他太'左'，跟他也没有工作"。当年席勒和法兰克福学派的重镇马尔库塞都在我工作过的加州大学圣迭戈分校教书，由于这个地方的人很"右"，他们都收到很多恐吓信，比如"马尔库塞，我要杀了你，你回到德国去吧"，诸如此类。马尔库塞的研究生经常是保镖式地保护着他。尽管这样做有很多代价，但是他们还是选择了批判。

最后，讲到我自己。去年过年的时候，大家都在写中国梦，我被一本杂志邀请写"中国梦"，在回国的飞机上写下：我有一个梦。我本人就是一个所谓的"跨国知识分子"，或者用马克思主义的阶级话语来表述就是"跨国高级知识劳工"。作为一个华裔教授，我在某些人眼里早就实现了美国梦，不就是汽车、洋房和中产阶级的工作吗？但是，我深知，我身处其中的全球消费资本主义和现代化生活是以美帝国军事力量为后盾的，以牺牲各国下层民众美好生活的梦想和竭尽地球的不可再生资源为代价。其实你们也身处其中，北京的生活比温哥华的生活好多了，好多国内去的移民都说温哥华简直就是个小村庄。我说的下层民众，也包括美国的下层民众，也包括我刚才说到的美国满大街无家可归的人，因为美国金融危机后，社会萧条真的很严重。

在感受"中国崛起"荣光的同时，我们当然扬眉吐气了，祖国强大了，我的后盾

就是祖国，具体就是“长江学者”项目，我的机票都是这个项目付的，但是同时我也被这个“美国梦魇”纠缠。这是 20 世纪的警示。在这个历史上杀戮最多的世纪，资本主义体系的危机与“后发”的德、日在该体系内的“崛起”导致了两场世界大战。现在轮到中国崛起了，也在想是不是我阔了，就把自己“漂白”了，就要和美国人平起平坐了，你愿意模仿人家的价值，人家让你模仿吗？我自己是深有体会的，我好像真的和人家平起平坐了，也拿到了加拿大国家特聘教授了，但是人家真的把你视为异物，因为你威胁到了他们的利益。

公民证也不是什么可靠的护身符。看看二战期间的日裔美国人和加拿大人是如何梦断家国吧！“珍珠港事件”后，加拿大政府以“国家安全”为名，把太平洋岸边的 2 万多日裔关进了集中营。妇女儿童与土生土长的加籍日裔一概未能幸免。战后，为了白人的经济利益，政府不但廉价拍卖了这批日裔的财产，而且逼迫他们移居日本或放弃战前从事的渔业和其他职业，到异地谋生。加拿大政府直到 1988 年才正式向这批日裔道歉。

1989 年，我成了加拿大公民，我的梦想是，我的祖国与我的第二故乡可千万不要成为新的“热战”或“冷战”中的敌对势力！但是，我们自己不想冷战，人家老对我们有这样的成见。说一个很可笑的故事，我的系里有一个访问学者，去听课的时候总是把录音机放在那儿，他是想着我多么虔诚地来听你的课啊，听不懂，所以必须录下来多听几遍。结果没有多长时间谣言就出现了，说他肯定是中国间谍。所以，我后来都提醒中国来的访问学者，如果录音千万要给对方说清楚。

当然，战争的结构性根源只能在结构层面被消除。我相信西方世界中 99% 的力量，但我更相信，中国人民能汲取农耕文明传统和近现代“反帝反资”革命实践的精华，克服狭隘民族主义，探索生态社会主义的道路，引领世界走出消费资本主义的“老路”与帝国主义的“邪路”，为人类和平与发展作出持久贡献。我的梦是个人的、家庭的、民族的、也是世界的。我将继续奔忙于大洋两岸，以自己的专业知识致力于它的实现。

提问环节：

问：关于重建历史观的问题，您提到了挑战西方中心主义，发掘超越西方的历史文化资源，那在我们新闻传播领域，我们是否可以想象另外一种新闻业，您的心目中，未来应该是什么样？我们中国的新闻实践可以发掘什么样的历史资源？

答：这个问题有意思，你这就把问题引到了传媒领域如何想象另类的新闻世界。我刚

刚提到两个历史资源：一个是传统社会的历史资源，还有一个是中国革命的历史资源。先从近的说，中国革命时的媒体模式，是去商业化的，不是传者受者，以前有通讯员制度、群众办报等，所有这些我觉得都可以在新的形式上做。因为现在的状况是，广告支撑的新闻业已经不可维系了，市场模式本身不可维系了。你可以想象，比如说，去商业化的媒体会是什么样，还有以前没有所谓“现代媒体工业”的时候，人际传播是什么样的。讲到媒体，你说的还是媒体制度的问题，我要结合文化研究，还有什么样的价值观，关于生活的意义应该如何理解，这些都是可以去实践、去探索的。

美国学者罗伯特·麦克切斯尼（Robert McChesney）有一个新的说法，随着商业化媒体的不可持续，是不是可以想象，美国政府给所有人发一定的钱，作为媒体使用费，就像父母给你的零花钱一样，由你选择订阅一种无广告的付费媒体，不是由广告二次分配谁去读什么，而是读者与媒体之间变成直接购买内容和服务的方式。

至于怎么去挖掘资源，比如传统社会里，人际交流的模式。中国更要强调革命过程中产生的一些模式，不能被商业化模式所局限。比如，李彬老师研究的唐代文明与新闻传播，唐代的传播里肯定有精华的东西；比如，革命战争年代，小报的作用也值得研究。中国一直都有一些“另类”的东西，只是我们把它抹杀了。另外，技术资源的发掘也很重要，媒体融合是规律。限于时间，我就不展开说明了。

问：您提到不同文化、不同实践的碰撞，产生新的文化，那对“新”的定义是什么？这种在不平等状况下的碰撞产生的新形式会变得更平等吗？

答：超越权力关系不是说没有权力关系，“新”不一定意味着变得更平等，有可能变得更不平等。比如说现在的原教旨主义，它就是变得更不平等了。我们希望产生的新形式更加平等，但是并不是权力就没有了，我当然希望剥削性的权力没有了。所谓“新”与“旧”都是相对的。

问：那“新”和现有的关系是什么？是取代了还是没有那么大的影响？

答：和现有的关系，当然是有承接关系，但是应该有质的变化。比如，以京剧为例，现代京剧、革命样板戏，就是“新”的，但又包含旧的内容和形式。

还要强调一点，“新”，不一定就是理想的、更好的，有可能变得更坏，这个权力关系可能变得更不平等。就看不同势力的较量，需要具体问题具体分析。

录音整理：李慧、何曦悦

校对：赵涵漠

第五讲
本土研究的国际化：以《亚洲传播学报》为例[1]

◎ 郝晓鸣

新加坡南洋理工大学教授、《亚洲传播学报》主编。1993年获得美国密苏里大学新闻学和大众传播博士；1982年获中国社会科学院新闻学硕士，并于1982—1986年在新华社从事记者工作；1993年以来在新加坡南洋理工大学黄金辉传播与信息学院任教，先后担任讲师、高级讲师、副教授、教授、系主任、副院长等职务；曾任国际中华传播学会会长，现任《新闻学研究》《新闻与大众传播教育》《中国互联网传播研究》《亚太传媒教育工作者》《传播学与社会》等多家国际知名学术期刊的编委或顾问。他的主要研究方向为新闻理论、媒介效果、国际传播、新传媒技术对社会的影响等。

谢谢各位同学，大家晚上好。这是我第一次听到上课还要点名，这让我回忆起当年我们知青上山下乡在兵团的时候也要点名，后来我上学的时候从来都不点名。我上研究生的时候跟大家一样，一转眼都是30多年前的事情了。

我当年考的是新闻专业的研究生，当时新华社和《人民日报》招的一些研究生，主要是为建立新华社和《人民日报》的记者队伍，所以当时也不知道要做什么研究。今天在座的多数同学可能也都刚开始进入研究生阶段的学习，不知道你们自己知不知道到底要干什么、要研究什么。在美国没有“研究生”的叫法，叫Postgraduate，就是你毕业之后再读书，没有什么特别的讲法。

我们那时候也不知道要研究什么，读了两年之后第三年要写论文，大家才想起来要做研究。那个时候不知道，所以真正做研究的时候呢，还真是下了一番功夫。我最后的研究题目是“从心理学的角度研究新闻语言”。本来我喜欢语言学，再拿心理学的书看一看，想起来还蛮有意思。其实做研究不是一个特别复杂的事情，研究无非就是根据我平时看到的现象，提一个“为什么”，然后想办法寻找一个答案就算是做研究了。

1 演讲时间：2012年11月29日。

简单一点，比如，我今天研究食堂的饭菜哪种好吃，每天试一种不同的花样，然后得出一个结论，这也算是一种研究。所以研究不是那么深奥的事情。

关于《亚洲传播学报》

回到今天讲的这个题目，我先介绍一下《亚洲传播学报》（*Asia Journal of Communication*），将来希望同学们能在我们刊物上发表文章。严格来说，投这个刊物是很难的事情，但也应该是大家努力的一个目标和方向。毕竟我们做研究不是为了让我们自己高兴，而是要让我们的知识、我们得出的成果能让别人知道，让大家分享。

那么，我先简单讲一讲我们这个学报，再讲一讲要想在上面发表文章，应该怎样做研究的问题。《亚洲传播学报》有 20 多年的历史，是在亚洲地区历史最长的传播学期刊。20 世纪 90 年代初，传播学在亚洲还没有像今天一样蓬勃发展，从某种意义上说，亚洲的传播学研究刚刚开始。当时创办这个刊物的主要目的，就是把亚洲传播学者所做的研究成果展现给世界。

学报是 1990 年创办的，到 2004 年时，学报和一个商业出版商签订合同，商定由他们协作出版。从 2004 年开始，学报不断扩刊，2005 年，从一年两期改为四期，2008 年进入社会科学引用检索资料库，也就是 SSCI，这是具有里程碑意义的。之后收到的稿件就越来越多。从去年（2011 年）开始，学报从一年四期改为六期，每期刊登六篇左右文章。我们办刊的宗旨就是给亚洲传播学者提供一个国际研究平台，因为学报是用英文发表，不是面向亚洲学术，而是面向国际传播学界。我们希望能够以亚洲的视角来研究世界传播学者所共同面对的问题。我们是把亚洲作为一个研究基地，但目标还是研究大家共同面对的问题。

期刊编辑是一个非常繁琐的过程，一篇稿件送过来要经过“双盲审稿”。这个“双盲审稿”是指审者和被审者之间不发生任何联系，不知道对方是谁。这样的好处就是比较公平，一篇稿件可以审好几遍。刚刚有一位作者给我写了一封信，告诉我他的稿子已经改到第四稿了，还没有确定是否一定能刊发。但是公平的好处是，有些名家大师投的稿件也照样被拒绝，而一名初出茅庐的青年学者甚至是博士生、硕士生的文章也有可能被刊登。我们登的不少文章都是学生的文章，很多大牌学者的文章也有被拒绝的。所以，“双盲审稿”的好处是只看质量、不问出身，这就确保了这份期刊能够保持权威性和高水准。

说一份学术期刊的好坏就好比说一个学校的好与不好，我们很难用一个标准来界定。我们可以说，我们的期刊是亚洲最好的传播学期刊，因为我们有很长的历史，名气比较大，投稿也就比较多。作为一个区域性刊物来讲，我们还是不错的，但是国际刊物的排名更看重是否进入《社会科学年鉴》。这个年鉴每年都会做一个测量，有一个"影响因子"。所谓"影响因子"，就是说你这篇文章被引用的次数。但被引用的文章次数越多，是不是就证明这篇文章的质量就越好？这个也不一定。但通常，作为一种通行的管理模式，不可能让专家来鉴定每一篇文章的好坏，只能有一些记录性的东西用以检验。如果某篇文章被引用的次数多，起码证明文章被关注的次数多。关注多就说明文章有一定影响力，让很多人感兴趣。但是话说回来，文章引用次数多，也要看是什么内容。比如，现在我们做的传播学研究中，传播科技是比较前沿的课题，所以这类文章引用的次数就比较多。

总体来说，与其他学科相比，传播学期刊的引用次数非常低，影响因子最高也就二点几，低的话可能就零点几。所以，引用因子也不是主要标准，但可以作为一个衡量学术期刊影响力的标准，这个标准不是唯一的标准。《亚洲传播学报》在《社会科学年鉴》收录的传播学期刊当中，引用率大概排在五十几位，对于一本区域性的期刊来讲还不错。但我也不认为它将来会有一个很大的提高，因为我们是一本区域性的学术期刊。

本土研究国际化的问题和挑战

刚才我已经讲过，很多同学来读研究生也不一定想过将来一定要做学术研究，这只是你人生奋斗中的一部分，但既然叫研究生，就要研究一些问题。具体讲到传播学，传播学研究的历史在中国来讲还是很短的，我在读研究生的时候还在讨论有没有新闻学。既然成立了新闻研究所，大家觉得新闻是门学问，才有值得研究的地方。后来有了新闻学后又出现了传播学。传播学在中国面临一个特殊的定位，就是传播学永远是新闻学下面的一个小学科，而不像在国外，传播学是大学科，新闻学是它的一部分。传播学的出现是因为有了广告、公关，还有电视、电影等，显然，新闻学已经不能概括所有这些内容，所以我们就叫传播学或者大众传播学。从某种意义上来讲，这个学科是一个新兴的学科。新闻研究原来也有，但真正把它当成一门学问来研究，以至于成立新闻研究所、新闻研究院等还是 20 世纪 70 年代末 80 年代初的事情。传播学的引进是在 20 世纪 80 年代。既然是一门新兴的学科，它天生缺乏一个良性的生长环境，

缺少时间和历史的积淀。传播学研究不仅在中国本土是这样，在亚洲其他国家也经历了这样一个缓慢发展的过程。

20 世纪 90 年代初，在传播学刚刚兴起的时候，大陆、台湾地区、港澳地区的一些传播学者聚集在一起开会，争论的问题就是传播学究竟应该本土化还是国际化？当时这个问题吵得很激烈，一派意见认为，研究传播学就应该立足本土，而不应该和国际传播研究有太大关系；另一派则认为，传播学研究一定要用国际视角来看。这在现在讲起来是一个不值得争论的问题，但在当时这种争论有其历史背景，当时传播学在中国发展的时间虽然不长，但已经有部分学者在做，他们的研究结合过去的新闻学研究，与国际基本是不接轨的。还有一些学者是在国外大学工作的。所以这个争论实际变成了在本地发展、在本地做研究的学者和在国外发展、在国外做研究的学者之间的争论。现在回想起来，我们说，研究任何问题都必须立足本土，不可能研究中国的问题到美国的夏威夷去研究。但研究本土问题也不是单独面向自己的，传播学作为一个科学，研究的东西要放之四海而皆准，而且，虽然说国际上有各种各样符号的差异、政治的差异、社会的差异，但是人类的本性还是相通的，传播的一些方法、特点也都是相同的。总体来讲，大家追求的目标是一样的，都是一个能够放之四海而皆准的、具有普遍性的道理。

从这个意义上讲，大家做的研究都应该具有国际视野，都应该和各国学者进行交流。当然，研究的对象和问题主要还是来自本土。所以，这两方面并不矛盾，实际上讲的是一回事儿，只是说文章发表在什么地方。过去，前辈学者缺少语言能力、也没有机会接受学术训练，很难在西方发表自己的观点、出版自己的研究成果。那么现在时代不一样了，年轻学者和国际的交往更加密切，某种意义上来讲国际化的要求也就更高。将来大家毕业后读了博士，或者留校做老师，老师不光要教书还要做研究，而研究考评的重要标准就是学术期刊的发表。现在，越来越多的国内高校也会要求老师在国际学术期刊上发表文章。过去很多人认为在国际学术期刊上发表文章有政治因素在里面，但现在这个已经不是主要因素了，主要因素是研究者对这个学科的理解和训练有很大差异。

作为传播学者，无论是在中国大陆和港、澳、台地区，还是在美国、欧洲，大家研究的很多话题其实是一样的，特别是新传播技术出现后，它对社会的影响是大家共同关心的问题。那么共同的问题发现之后，怎么展开研究，怎么对研究成果进行阐释和分析，这是交流上的问题。目前，本土学者在国际化方面遇到最大的挑战是缺少共同话语。所谓共同话语不仅是指语言表达上的问题，更重要的是研究思路和方法上的

差异。

我举个例子，几年前我们在学院录取了一位在国内博士毕业的青年教师，到我们那儿做博士后。到我们学校前，他的导师跟我们掰着指头数，说我这个学生可不得了，3 年时间不仅完成了学业，还发表了 27 篇核心刊物的文章。我们听了期望也非常高。所以他来了之后没让他教书，专门安排他做研究。两年的时间，你想想以他发表 27 篇核心刊物文章的实力，结果发表几篇文章？你猜猜？两篇？十篇？你说是零？你怎么知道是零？反差很大，但确实就是零！两年的时间，真不是很短的时间。

后来我就问这位博士，怎么在国内发表这么多篇，到这儿就不发表了？他说：我在国内的时候，知道国内杂志的主编需要什么，但是在国外，我不知道你们主编需要什么。我说你怎么知道国内主编要什么？但不知道我们要什么呢？他说，在国内时，到某个时候就需要某些文章。比如说，领导讲要“三贴近”，就需要有人去找例子证实这个“三贴近”有道理，这样的文章各个杂志都拿来登，都希望有人去写。只要写的话基本上都会登。因为它们需要这样的文章，需要有人证明主观意识的正确性。这个事情我觉得也不是很难，但是呢，也还是需要点聪明劲儿。大家知道，国内的新闻媒体都是分等级的，一般要从助理记者做起，记者、主任记者、高级记者，都是论资排辈，你想能评上主任记者、高级记者起码也要五六十岁。当时上海有一位女记者才 40 多岁就被评为高级记者，大家都觉得非常不可思议，就问怎么回事儿。后来才知道这位女记者还真有本事，她的本事是什么呢？她在上海负责报道纺织行业，她对所有工厂了解得非常清楚。中央有一些精神，她就会拿着这些精神到工厂里找实例证明领导讲的精神是正确的。总之，她就干这个事情。她的文章经常被中央领导批示，说这个写得好，这个说出了道理。她还挺聪明的，但她做的这些事情基本上就是为上面的精神作注解。刚才我提到的那位老师的研究就是集中在热门话题，有领导精神，也有业界关注，然后找一些实例来说明。这种“命题作文”式的研究也不能说不需要。但我们这个杂志要求很明确，所要刊登的文章必须能揭示一些带有普遍性的经验和规律，这是一个关键的问题。我们不会追时髦，你要研究的问题应该是一种具有普遍意义的东西。这是国际学术界普遍认可的研究思路。

我举这个例子是为了说明，大家对什么是研究、研究什么要有明确的概念，所以这个就是东西方差别，也是初学者和经验丰富的研究者在认知上存在的差异。那天我遇到一个带冲劲儿的年轻人，他问我，是不是一定要写中国不好的文章才会登？我说，不会啊，只要文章写得有道理，好坏我们都会登。我们也是中国人，对中国的感情也一样深厚。这位老师的稿子两次都被拒绝，后来我看了下，我说，这个论文不是很符

合我们的要求。不能说这个老师写得不好，他讲的是跨文化传播，讲老子、孟子等，然后证明东西方文化是有共同点的，他讲得很有意思，我回答他说，这个文章讲得很有意思，也证明你很聪明，但是你说的这个是讲故事，但不是做研究。

这位老师把那些理论用非常有意思的故事的方式讲出来，但并不是做研究。我们做研究有具体的要求和步骤，遵循一个共同的思路和标准，这样才能跟各国学者交流，要通过参加国际会议、把文章拿到国际学术期刊上发表，这是我们通向世界的渠道。只有到世界的平台上交流才有机会和大家共同学习、共同讨论问题。当然传播研究有不同的重点，比如，有人很注重应用研究，作为应用研究的学术刊物很少，当然我个人认为应用研究也很重要。20 世纪 80 年代以来，美国一直在讨论报纸的没落、报纸未来发展的趋势是什么、将来会有什么变革，当然做这个研究的人很少，因为这种研究确实非常难做。这种研究不是短期马上就能得出明确结论。所以，这个研究很多人都不做，但实际上是很重要的研究。

作为学者，我们更多强调的是理论研究，为什么要强调理论研究？因为我们做研究不是说每个具体的现象都一个个去花时间，我们希望找到一些规律，有一个共同的解释来作为支撑我们这个学科的学术根基。我们不是研究所有的难题，而是说通过研究来找到一些基本的规律，下次这个问题再出现时，虽然表面现象不太一样，但基本原理是一样的。从这个角度说，理论研究更加重要。在西方或者海外研究刊物上都非常强调严整的理论，如果一个研究没有一个理论的话，很难说这篇论文有足够的学术价值。

当然还有研究方法的问题，定量和定性在研究上都有它们的优势和缺陷，定性研究在发现问题、提出理论上具有一定优势，特别是在某种新的现象、趋势刚出现的时候，很多前瞻性思想的提出靠的是定性研究。一些有影响的传播学研究都是通过定性研究而不是定量研究的方法探讨一些现象，而是通过自己的思考和典型案例，提出某个理论。但这个理论到一定程度就需要大量数据来进行验证。

所以，这是两个不同方向的问题。当然定量和定性研究的多少也是区分欧美传播学不同学派的标志。欧洲学者很少有做定量研究，但早期的定量研究是欧洲学者到美国以后开始做的。传播学初期是隶属政治学或者社会学的，因此，传统的传播学研究是以定量研究为主的。定量研究比较具体化，在欧洲人眼里，美国人过分看重一些细微的问题，只见树木不见森林，这个问题确实存在。这是学派上的争议。作为学术研究，我们能够接纳和推动不同研究方向的生存和发展。

另外一个问题是所谓研究的“科学化”。社会科学中的特点就是用科学的方法来研

究社会问题，比较接近于自然科学，很多时候我们用大量数字、公式来证明，做模型，使这个学科显得很“科学化”。那么，这会导致哪些弊端呢？比如说，统计结果往往就是一堆数字，在现实生活中是没有多少实践指导意义的。另外一个问题是通俗化，社会科学研究者有义务向公众解释我们在做什么，力图让我们的研究让大家看得懂。

如何使本土研究走向“国际化”

下面跟大家讲讲如何用“国际化”的思路和方法来做研究。首先，善于提出问题。做到这一点非常重要。我在美国读书时，发现美国学生与中国学生的最大区别——说的不一定非常准确——通常是美国人善于提出问题，而中国人善于解决问题。日本、韩国、印度等其他亚洲国家的学生也都是善于解决问题。这当中的很大差异是因为我们的教育背景不一样。你到美国去读书会发现，美国的小孩从成长开始到上学，基本上没有家长或老师去说孩子 stupid（笨），说你提的这个问题很笨，然后孩子说话说得不对马上就制止住。但是我们在成长过程中所受的批评比我们所受到的鼓励要多。从你的家长开始，就说不要干这个不要干那个，家长和老师的主要任务就是指出你的错误。但是在美国，你会发现孩子在家里和在学校老师那里所受的教育形式是相同的，上学的时候老师也经常在说学生的好处。我自己的儿子三年级去美国学校上课，当时什么也不懂，数学还可以，但是绝对没有达到天才的程度，可是老师一看到他，就说你真是个数学天才。语文和画画还可以，其他都不行，但老师还是以鼓励为主。久而久之美国人的自信心特别强，这是非常大的差别。在这种环境下，学生在提问题时从来不会遭到反对，美国的学生经常会提出新奇的问题。而且他的联想能力、思维能力也非常强。

比如说，我在读硕士的时候，有一门课叫“新科技与新闻”，到毕业考核的时候，老师出了一个题目，大家拿回去写，我就写得四平八稳，写了十条原因八条道理，老师也说可以。但后来我看到，有一个同学得了 A+，大家就觉得很奇怪，就问老师要来学习一下，结果一看这篇作业还真是应该得 A+。那个学生写得就跟科幻小说似的，设计了一个记者和一个警察进行对话，讲科技对他们工作的影响。讲得非常有意思。所以美国人的创造力非常强，而亚洲人擅长解决问题，包括学数学啊，学物理啊，都是这样。

大家觉得是提出问题重要还是解决问题重要？其实提出问题远比解决问题重要。提出问题之后可能一时解决不了，但是不提出问题就永远不会进步。提出一个值得研

究的问题对于开展研究是非常重要的。很多研究都是从你提出一个很好的题目或问题开始的，基本上就可以确定你这篇论文能不能写好。当然并不是说，所有的问题都能够被解决，有不能解决的问题也是一件麻烦事儿，但对于本土学者来说，学会提出问题更为重要。

回过头来我们讲，你要在我们《亚洲传播学报》发表文章，就需要你有一个很好的问题。但是我们更看重你有问题之后，需要一个研究的理论框架，来说明这个问题到底在探讨什么。如果没有理论框架，你的研究课题是缺少灵魂的，就现象解释现象，缺少理论指导。所以在西方的传播研究或社会学研究中，大家所探究的共同问题是，你需要依据理论来提出，并用合适的方法加以验证。当然不是所有的论文都一下子既提出问题、解决问题，又完成验证，这几方面结合起来难度还是比较大的，所以这需要一个过程。有的时候我们是提出一个问题，有的时候我们是在验证一个问题。很多理论提出之后，因为背景不一样，条件不一样，所以使得验证需要经过非常繁琐的步骤。因此，在一篇论文当中，本土学者首先要学会依据理论提出问题，再采用合适的方法加以验证。

作为初学者，要写论文的话，其中要注意的一个最大的问题是，不要想一个特别大的问题，大的问题是你回答不了的。比如，有些同学一上来就想研究文化产业、中国文化产业的发展，这个问题是非常大的，你要把它具体化，一个大的问题是我们不能够全面回答的。另外，我们自己论文的题目应该是我们比较熟悉的问题，比如说，有的人在研究新闻采编部的文化，你从来没有在新闻的工作岗位上工作过，你怎么研究这个文化，这样一来就比较难做，因为你缺少一个基本的、感性的体验，所以你要做的题目最好是来自你比较熟悉的领域。比如，网站的安全和风险与我们有直接的关系，这是能够亲身体验到的一般而言，如果选的题目来自你不熟悉的领域，研究就很难做好。

其次，确定了问题，我们要把它“具体化”。换言之，我们要把问题具体到能够用 Yes 或 No 回答。比如说，上网看新闻对人们的政治参与有没有影响，或者说为什么有影响的话，这个问题就太大了。你一定要具体化，比如说，产生影响的具体原因是什么？上网看新闻可以增加人们的政治知识，提高他们的参治意识，这些因素也提高了他参与政治的主动性和积极性。这中间我们就提到了几个要素。通过研究这一个个要素之间有没有关系，进而来证明我们的研究假设：政治知识越丰富的人，参政意识或者说政治热情度越高。

那么，我们为什么要把研究的问题具体到用 Yes 或 No 来回答呢？换言之，我们为什么要把问题“具体化”为一个个假设？研究不是一个盲人摸象，我们要学会根据理

论提出假设。比如说，消防队员救火，你首先会提出我们怎么救，就要知道是去哪里救，进而想到跟这个地点有关的救火方法。所以研究时，我们要做很多理论推断和理论假设，这个假设是根据理论来推断得出的。

此外，开展研究必须要有可行性。由于时间、费用、精力等问题，所做的题目都要在自己可控的范围内。因此，传播学研究中，学生做的研究中利用内容分析的比较多，这种研究比较可控，如果要做一个大的实验或社会调查，花钱比较多，一般是由教授带领学生们一起做。

文献综述也非常重要，所有的研究都要证明你提出来的问题要有新的意义，怎么证明呢？就是通过回顾过去的文献，证明过去的研究当中已经获得了哪些进展，哪些地方还有缺陷，你的研究如何来进行补充和完善。

具体的研究方法我就不在这里做详细阐述了，近年来国内翻译了很多这方面的书，例如《社会科学研究方法》《大众媒介研究方法》等，大家可以去查阅一下。下面我们来说说，怎么把自己做的研究发表到自己喜欢的学术期刊上。由于传播学的概念和理论框架主要起源于西方，所以本土学者目前的一项任务就是测试西方的理论。为什么要测试西方理论？就是说把西方理论拿到亚洲、中国的情境下来加以验证。简单化的“证实”是没有意义的，因为这些理论已经在西方的情境下被证实了。我们的重点在发现不一致的地方，或者说历史的、社会的、文化的差异如何影响了西方理论在亚洲、在中国的实际应用。

下面我以新加坡学者做的相关研究为例，给大家具体讲讲如何将本土研究“国际化”。传播学中有个“媒介恐慌”（media panic）的理论。这个理论并不复杂，就是说，西方市场化的媒体喜欢报道各种耸人听闻的血腥事件，如果时间久了，你会发现看报纸或者电视新闻的这些观众，他对这个世界的认知会跟实际情况有差异。由于报纸、电视大量报道凶杀、暴力事件，久而久之，他认为这个世界是恐怖的。所以说媒介容易诱发人们的恐慌情绪。这个理论其实很多西方学者都证实过，那我们也可以证实一下，在亚洲国家，例如在新加坡，它会不会同样有效？为此，我们先要通过内容分析研究一下新加坡报纸所报道的犯罪和实际情况是否一致。结果发现，报纸热衷报道的与实际情况并不一致。你们知道，新加坡最常见的犯罪是什么吗？交通违规？不是。偷盗？也不是。谁说偷渡？对，就是偷渡过来非法居留，这才是在整个新加坡犯罪率最高的。但最少的呢就是凶杀，500多万人口当中每年就那么几起。但是报纸上报道最多的却是凶杀案。道理很简单，凶杀案有“故事性”，可以吸引读者的眼球。

大家可能不了解新加坡的报业，我简单说一下，发行量最大的是《海峡时报》，在

中国名气很大的《联合早报》是第二大报，这些都是主流大报，都是“早报”。还有一些小报，主要有英文的 *New paper*（《新报》），中文小报主要是两份晚报，一个是《联合早报》下属的《联合晚报》；另一个是《新民日报》。《新民日报》是当年金庸先生在新加坡创办的报纸。这两份晚报呢，你看它们的封面，把字写得那么大，凶杀啦，强奸啦，把它作为头版头条，小报就靠这个过活，所以，如果你只看小报的话，你会觉得新加坡很乱。可是你看美国那些大城市，纽约到处都是警察，警车跑来跑去的，在新加坡也看不到警车，也看不到警察，确实警察少，社会治安好。但如果只看报纸，特别是只看小报的话，你会觉得新加坡是个恐怖的地方。

上面讲的是一些印象和经验。如果做研究，我们就要引入理论，就是前面提到的“媒介恐慌”理论，还要采用合适的方法。我带着学生做调查，把调查对象分为两类，一类经常看“早报”的，另外一类经常看“晚报”的。后者显然比前者接触到更多的犯罪报道，尤其是凶杀案之类的。我们设计了一些问题，第一个问题很简单，就是说，你认为新加坡的犯罪率，比如凶杀案是 1000 人当中 1 起呢，还是 50 人当中 1 起，这两个数都不是真实的，目的就为了验证“媒介恐慌”的理论。还有其他的问题，比如说，假如你的女儿 12 点钟还不回家，你是否担心？还有，有人到你家来推销免费的报警器，你是否会购买等，诸如此类的十几个问题。我们对调查结果进行了分析，发现这两个读者群体之间没有什么差异，也就是说，在新加坡，媒体的犯罪报道不会诱发恐慌情绪。因此，这个理论在新加坡是不适用的，这与西方是完全不一样的，

后来，我们还做了一些类似的调查，发现新加坡人认知世界并不是仅仅依靠新闻报道，他们更多地会联系自己的亲身感受。如果他自己觉得不是这样的，看报纸只是了解一些信息，不一定会影响他的认知。所以，媒介恐慌的理论主要是基于西方情境的一种理论，放在东方这个特殊环境下就不一定适用。因此，你不能夸大媒体的作用，媒体在不同环境下起的社会作用可能是不一样的。我们据此完成的一系列论文，发表在一些双盲评审的国际学术期刊上。这项研究可以算作本土研究“国际化”的一个例子。

另一位学者选的题目是新加坡青少年身份认同。大家知道，新加坡是一个种族多元的国家。他做了一个针对青少年的调查，主要的问题是，假如有来世，你还愿意认同原来的民族吗？比如说，华人的孩子下辈子还愿意做华人吗？印度人的孩子还愿意做印度人吗？马来人的孩子还愿意做马来人吗？结果发现，印度人和马来人有非常高的认同比例，95% 以上，说我下辈子还要做马来人，我还要做印度人。可是华人有 20% 多的孩子，说我下辈子不要做华人，我要去当美国人，或者是当日本人。经过进一步的调查，他发现，这主要是消费文化的影响。新加坡的华人家庭相对而言经济条

件比较好，孩子们接触来自欧美和日本消费文化的东西比较多一些。麦当劳、日本游戏、服饰、动漫等非常流行。调查发现，接触消费文化产品对青少年的身份认同确实产生了影响，就是说，如果孩子花很多时间去看好莱坞大片、日本漫画之类的，会对孩子的民族认同产生影响，这篇文章发表在一个比较有影响的刊物上。大家可以看到，这个题目在新加坡做比较有优势，研究者使用的是源自西方的理论和方法，但他关注的问题和得出的发现是立足于本土的。

接下来，我再来谈谈如何提高我们的研究水准。我有个学生曾经做了一个题目：中国杂志的变迁。我建议他选取传播学的“框架”理论，再找一份在中国有代表性的杂志，研究一下它封面选题的变化。他确定了一本杂志作为研究对象，它从 20 世纪 50 年代开始一直是很重要的外宣杂志，主要是对外国人介绍新中国的发展成就，“文革”当中断了几期，加在一起有上百张封面照片。在 20 世纪 50 年代，工农兵的形象出现得比较多，到了改革开放时代，你会发现大学生的比例增加了，甚至于企业家、商人都上了封面，体现了中国半个多世纪以来的政治生活变迁。西方人士一般会认为，这本杂志是共产党的“喉舌”。但我们的研究发现，这份杂志的目的主要是向外国人介绍当代中国是什么样子的，主要受社会变迁的影响，而并不是完全亦步亦趋地宣传党的方针或是刻意塑造中国的正面形象。所以我们讲，当你有一个理论框架支持的时候，研究就会有一个清晰的脉络。

为了探索新的理论模式，传播学从其他学科借鉴了许多新的概念和理论。我有个学生做了一篇论文，他研究了媒介在新移民当中起到了什么样的作用。社会学当中有一个 U 型理论，讲的是说一个新移民到一个新的国家开始非常兴奋，一开始他觉得很新鲜，但到一定时期他的情绪就会变得低落，因为他离开了本土文化之后，当他对新的环境已经见怪不怪的时候，他就会陷入一个低潮，然后会慢慢走出这个低谷，直到完全适应和融入新的社会环境之后，又会回到比较正常的心态。

这位同学运用这个理论设计了一份调查问卷，关注的是新移民如何使用媒介。他发现，新移民虽然在美国居住，但他对本土媒介——来自祖国的和在美国运作的母语媒介——的使用频率是非常高的，尤其是在他陷入低谷时，使用的频率就会大大增加。本土媒介的使用也是伴随他度过低谷的重要途径。但当他慢慢融入当地社会之后，他就会开始使用当地的英语媒体，越来越多地关注当地的新闻报道。这个研究把 U 型理论引入了移民文化和传播的研究中，也是本土研究“国际化”的一个成功案例。

刚才讲的案例都是基于微观层面的个案。实际上，本土研究的“国际化”也关注由于东西方差异而引发的一些理论探讨。比如说，对于“软实力”这个概念的理解。

在 20 世纪 90 年代的时候，新加坡政府的领导人觉得，西方对东方的影响太大，可不可以通过增强自身文化和媒体的影响来改变这种局面。当时，不光是新加坡，很多亚洲国家看的电视，新闻来源主要是四大通讯社和 CNN、BBC。它们完全按照西方的观点来报道新闻事件。所以，当时的新加坡政府就说，我们要办一个能反映亚洲人心声、以亚洲人观点来看世界的新闻频道，所以当时办了一个 24 小时新闻频道——“亚洲新闻台”（Channel Asia）。

我的一名学生想研究亚洲人办的新闻台跟西方的有什么区别，他选了“亚洲新闻台”和 CNN，这两家电视台都有一个栏目“今日亚洲”，他对这两个栏目近两三年来播出的节目进行了内容分析。有趣的是，他发现这两个栏目的内容差异并不大。虽然一个是亚洲人做的，一个是美国人做的，但大家都是按照同样的模式——CNN 模式——来做的。对于“亚洲新闻台”来说，尽管主持人都是亚洲人的面孔，但他们说的是英语，他们的新闻理念还是长期受西方影响的。这个研究实际上丰富了我们对“软实力”概念的理解，不是说亚洲国家自己花钱办个媒体，就一定能够摆脱西方影响的。

再如传播学的重要理论之一“创新扩散”。这个理论也是美国学者提出来的，它是说在一项新技术的传播过程中，少数人先掌握，逐渐会有越来越多的人加入。这个理论运用了几十年，但你到中国这个特殊情况下会发现，互联网在中国的发展用这个理论讲不清楚。互联网在中国的发展不是一个自然而然的过程，它是一个特殊的阶段，很有意思，比如说，在 20 世纪 90 年代，在中国很多地方，互联网是否成功推广取决于其本身的目的和实际效益，非常不成功的例子也有。当时，依据“创新扩散”的理论，联合国在中国赞助几个县，要建成互联网技术的推广基地，所以愿意跟当地的政府投资合办网络，当时全国很多县争着去，最后确定了 5 个县。这 5 个县最后基本上都不成功。为什么呢？因为出发点就不一致，联合国想的是，我给你搞一个新技术，看你能不能让当地农民使用互联网，然后卖你的蔬菜。当地政府却不这样想，它想的是把你的东西拿过来，我出一半的钱，然后你再出一半的钱，你们这个计划只有 3 年的时间。3 年之后设备全被县政府拿走了，没有人真的去考虑农民的卖菜问题。成功的例子也有，例如，浙江省平湖县推广互联网，就是政府投资开办一些免费的网吧、网站，派几十个技术人员到那儿教农民使用，用于实际的生产生活。平湖盛产桃子，保质期很短，所以急需卖出去，农民发现在网上能找到全国各地很多商家愿意购买他的桃子，所以这个网站对他来说是非常有用的工具，农民就喜欢，于是自己花钱在家装互联网，所以在中国这种特殊的国情下，你会发现需要对“创新扩散”这样的西方理论进行修正或完善。

刚才讲过了，新闻传播学的应用性比较强，因此，不是说应用性研究完全没有价值，关键是你要把这样的课题进行理论化，它就具有更重大、更深远的意义。我有个学生是新加坡一家晚报的记者，我已经告诉过大家，新加坡的晚报主要是一些小报，不同于“早报”那样的主流大报。虽然新闻工作性质上都一样，但是早报记者看不起晚报记者，早报记者觉得晚报记者报的新闻很无聊。所以有时候我给他们讲课，两派人马都会发生争执。早报记者说，报纸要有报格，晚报记者就火了。他们反驳，难道我们就没有严格的要求吗？这根本不是“报格”的问题。记者都是公开招聘的，都是大学毕业生。分配做早报还是晚报，跟你受教育的程度和专业水平并没有直接的关系。分到你做什么工作，你就得乖乖去做。我的学生就做了一个调查，想证明早报和晚报记者之间没有本质上的差异。他发放了一些问卷，提了有一些很有意思的问题。比如，如果马上就要大选了，警察发现一个反对党的候选人在新加坡红灯区的一个小酒店里跟一个妓女在一起，而这个妓女又死了，但现在没有时间来搞清到底是怎么回事，而总编催着记者尽快交稿，报纸马上就要开始印了，来不及核实，我们就问，假如你是早报记者，你应该怎么做；如果你是晚报记者，你会怎么做？

我们的研究发现，对这个问题的回答，两类报纸的记者没有本质上的差异。他们所作出的选择与记者的职业认同感和个人道德感无关，而与报纸的读者状况和读者对报纸的期待有关系。我推荐大家好好读一读新闻社会学的名著《什么在决定新闻》。作者画了很多圆圈，大的圆圈是法律文件，小的圆圈是媒体机构的文化、同侪压力（peer pressure）、还有职业认同感。起决定作用的还有这家媒体的受众是什么样的人，受众对媒体的期盼是什么，媒体对记者的期盼是什么，等等。简单来说，新闻并不是记者自己可以决定的，而是受到了许多外在因素的影响。因此，应用性的研究也需要找到合适的理论框架，有了理论框架这篇理论就比较好发表。我们做研究的目的就在于验证理论在现实当中是否起作用。

“第三人效应”（third-person effect）也是最近传播学比较时兴的一个理论，它对应用性研究——例如，媒介内容的管制、分级制——有很多启发。这个词源自于“二战”，当时美国守着太平洋上的一个小岛，在前线都是黑人兵在坚守，日本人来游说他们，你们在美国这样过得也不容易，没有必要为他们卖命，应该和我们一起推翻他们。还没等黑人作出反应，美国长官就把所有兵换成白人了。这说明，大家通常会认为，一件事对别人的影响要比对自己大得多。延伸到传播学领域，这个理论主要用于媒介效果研究。比如，你在网上看色情片，你觉得它对你没什么影响，但你会觉得它对别人会有很大的影响。所以，在美国，很多人自己私下里看色情片，但却坚决支持实行分

级制。

这个理论对新加坡政府对媒体的管理政策有很大影响。政府不直接审查内容，但会出台一些政策法规，并组织由社会精英组成的委员会进行监督。如果收到了民众的投诉，委员会来开会商量是否对传播违规内容的媒体进行起诉。我的学生对委员会的成员逐个进行访谈，证明了“第三人效应”确实起作用。大多数委员都认为，自己受到的影响会比别人小，但通常这些自恃清高的人往往倾向于采取强烈的行动。因此，若让具有“第三人效应”的人来担任委员会的工作，可能会导致对媒体管理越来越严的倾向。这篇论文兼具理论和实践上的意义，所以就比较容易发表。

关于应用性研究，还有一种情况是不一定有现成的理论支持。在传播学领域，市场预测就属于这种情况。2008 年金融危机之后，大家对媒体有很多抱怨。媒体对它起的预警作用不够，没有履行应有的社会责任。有一位纽约大学的学者把 1997—2007 年 10 年间美国主流大报上发表的关于外汇市场和股票市场走向的评论都收集起来，做了详细的内容分析，得出了媒体预测的趋势，然后再把市场实际的变化趋势与之进行对比。最后得到结论，如果按照报纸上的预测来买股票不会赚钱。换言之，媒体的预测是不准确的。虽然人们期望主流媒体应该履行其社会责任，对金融危机这类现象进行“预警”，但在实践上根本就做不到。虽然这篇论文没有使用理论，但由于它对实践具有一定的启发性，最终也发表在我们的期刊上。

好了，最后留出一些时间给大家提问，没有错误的问题，没有愚蠢的问题，只有愚蠢的回答，对不对?

提问环节：

问：就您的观察，关于中国的研究是哪里的学者做得比较多?

答：就我们的期刊而言，所发表的关于中国的论文约 95% 的作者是有亚洲背景的学者，其中 90% 都是来自中国港、澳、台地区的学者，或者是来自欧美国家、新加坡等地的华裔学者。国内学者有一部分，但数量不多。并不是说国内学者做的研究没有意义，而是中国学者当中真正能用英文来发表论文的比较少。到最近 10 年来，才逐渐有一些，所以我希望你们这一代可以更多地去发表。

问：之前我看过一个研究，一个英国人研究中国学生到英国留学之后的生活状况，发现他们一开始都是“严重依赖社交媒体”（heavily rely on social media），如果我研究的是外国留学生在中国或新加坡的状况，这一结论是否也适用?

答：作为一个研究我们不期望它放之四海而皆准，华人移民或留学生在美国、在新加

坡的研究都有人做过，而美国留学生在中国的研究可能就没做过。我个人的感觉是，西方人到中国这种乡土社会和文化气氛比较浓的地方，他会全身心融入。中国人虽然喜欢西方，但对自己的文化可能比较坚守。现在年轻人的情况我也说不准。所以，我鼓励你和在座的同学们研究一下外国人到中国后的媒介使用，说不定会有完全不同的发现。

问：那比如说研究手机在河南、手机在上海或者互联网在河南、互联网在湖南，这些有意义吗？

答：我觉得意义不大，如果社会和文化语境之间没有本质上的差异，你再重复去做这个研究，就没有多大的意义。

问：现在，新闻与传播学院的研究生毕业之后大多会从事新闻方面的业务，那么，我们在学术研究上的训练对以后的事业发展有什么帮助？

答：当记者需要会一些实际的技巧：会编排、写文章写得很好、打字好，等等。但其实你最后能走多远，不是看你会不会写，而是看你有没有思想。我们现在的学术训练就是培养思想者，而不是培养工匠。如果作为新闻工作者，你只是单纯记录事件就没有多大的意义，要能透过现象分析本质。美国电视台的记者天天报道关于死亡事故的新闻，就这样几十年干下来，忽然有一个人提出，我们每天都这么报道，为什么不把这些内容来综合分析一下，是什么因素导致这些死亡事故。结果发现，在美国，很多的车祸发生时，由于撞上了电线杆导致了当事人的死亡。市政府听了报告后，就决定把这些电线杆重新规划布局。因此，学术研究方面的训练培养的是大家勤于思考的习惯，你无论今后是做记者、还是广告公关，这些思维方式都是可以用到的。

录音整理：张爽、赵卡娜、张要丹、陈清銮、金妏敬

校对：张垒

第六讲
移动媒体研究：开辟亚洲传播研究的新路径[1]

◎ 魏　然

美国南卡罗来纳州立大学新闻与传播学院讲座教授、美国《大众传播与社会》主编、美国印第安纳大学大众传播学博士。曾在香港中文大学任教五年，2000 年前往美国南卡罗来纳州立大学任教至今，同时担任中国传媒大学、河南大学和香港大学等高校客座教授。他曾担任国际中华传播学会主席，还担任美国《新闻与大众传播季刊》、美国《公共传播学刊》、新加坡《亚洲传播学报》以及中国香港《传播与社会学刊》等多家国际主流新闻传播期刊的编委。他的论文多次在国际论坛或美国知名传播学刊物上获奖。2010 年 3 月被教育部聘为“长江学者”讲座教授。

今天我主要介绍一下我在国外比较关注的一些传播学研究的方向和成果。我不讲新媒体，因为讲新媒体已经没有太大的意义。如果 10 年前讲新媒体，大家还知道那是指网络媒体，今天讲新媒体已经具有非常普遍的意义了，已经成为很常见的现象了。新媒体讲多了会听上去像一个抽象的东西，好像什么都是新媒体，好像什么也都不是。那么今天讲新媒体就讲一个比较具体的，我个人比较熟悉的研究领域，是移动媒体的研究。我要特别强调，这个领域是传播学研究中唯一的一个由亚洲学者主导的，这当然是得益于手机等移动媒体在亚洲的蓬勃发展。因此，我把这个领域称为亚洲学者进入传播学研究主流和前沿的新路径，特别值得清华的老师和同学关注。需要说明的是，我使用更多的是“手机研究”的提法，在目前的技术条件下，移动媒体研究主要就是指手机媒体研究。

1　演讲时间：2015 年 12 月 3 日。

我为何关注移动媒体研究

我之所以关注移动媒体研究，也是个人的兴趣所在。并不是看别人在做，我就拿过来看看，因为和个人的研究兴趣有关，因为我是在 20 世纪 90 年代就开始关注手机，也是最早做手机研究的学者之一。当时我们开始做的时候是因为一个很简单的现象——就是学生很爱玩手机。而我最早接触的手机除了发发短信、打打电话之外，基本什么都不能做，不能像现在的手机这样，能够照相、听音乐、上网，使用微信、微博这些东西。当时，我研究的手机还没有那么多的功能。但是大学生特别痴迷。当时我在香港教的一个班级大概有 80 个学生，每个人都有个手机或者每个人都有呼叫机，那也是一个相当流行的技术。

看到这种现象，我就觉得好奇怪，当时的人用手机不是很普遍，费用也蛮高的。那么学生们为什么喜欢用手机？这个小小的手机对他们来说意义在哪里？是不是大学生觉得好玩儿？他们觉得无聊时的消遣，吃饭、约会的时候是个方便的工具，还是什么东西？所以我们就开始做研究了，开始找手机相关的一些研究。我们也没想那么多，也没想到手机今天会变成一个前沿的研究领域。现在关于手机传播的文章发表得也非常多，移动媒体、移动传播研究属于新兴的一个研究领域。这在十几年前完全想不到。

所以，我的经历现在也给大家一个启示：基于个人兴趣的研究一定会让你收到意想不到的结果。我今天主要是讲个人的兴趣，讲 20 年前我们开始的时候。当时由于手机还没有那么热门，发表关于手机的文章是很难的。在投有关手机方面的论文的时候，很多编辑和审稿人都会问：这是什么东西？跟传播学有什么相关？媒体的部分在哪里呢？他们都看不明白。他们觉得这与传播学研究是不相关的。甚至会质问：是不是电话研究方面的、工科方面的东西？当时做手机方面的研究与发表论文还是很有风险的。其他学者对它的认可、对它的重视程度也非常低。所以，如果不是基于个人的爱好兴趣，又有风险，我也许就放弃了。当时我刚刚博士毕业，也没想那么多，对什么有兴趣就开始做研究了，也没想到以后会不会影响整个学术的生涯。今天回头看，我要感谢这种没有规划的研究兴趣，现在发展成了一个重要的研究领域。一般比较大的国际会议上都会有移动媒体的专场或者专题讨论。

手机移动新媒体研究刚开始的时候只有十几个人做，后来发展到 50 ~ 60 个人，现在开会时会有几百个人在一起。所以，这是意外的收获，不是规划的。所以建议大家研究兴趣不需要跟风，好像大家做什么，我要跟着做。其实自己对某个方面有兴趣，

你不知道它会带你到哪里，也许 20 年以后移动媒体就不存在了，而出现另外一个新东西。研究只有凭借自己的兴趣才能持久，越做越有收获感，并会有很大的成就感。做研究本身是一个辛苦的事儿，研究很辛苦，独立做研究更辛苦。没有兴趣支撑的话，会做得更辛苦。

除了以上讲的个人兴趣的背景以外，我还想讲一讲今天对移动媒体的关注程度，特别是我跟几个同事两个月之前做了一个有关移动媒体与手机的学术论文的文献梳理。我们做了一个系统的分析，提炼出了一些研究的趋势和方向。

作为研究移动媒体的对象，手机现在受到传播学界高度的重视，是因为我们已经进入了“没有手机就没法生存下去”的现状，不仅仅是在中国，不仅仅是在亚洲，包括欧洲甚至非洲，手机的使用率都非常高，使用的人也非常多。这是个很明显的全球性现象，必然会引起新闻界、舆论界、学术界的关注。下面我给大家介绍一些数字。智能手机的影响非常大，对我们的日常生活和体验都产生了很大的影响。

我们的研究发现，在 2007 年智能手机出现之前，关于手机的论文还不太多，但是 2007 年以后对手机的研究突飞猛进，有很大的进展。研究的课题也变得非常多样化，这当然跟智能手机有相当大的关系。那么，其中的背景是什么？我们看整个世界，从座机电话的渗透率包括互联网的联网率这些加在一起，发展中的国家跟发达国家差别还是很大的，但是手机弥补了这个差距。发展中国家利用智能手机一步到位，弥补了座机的差距，包括上网的差距，跟发达国家一下就接近了。所以，智能手机之所以在这些发展中国家能够受欢迎，是跟互联网发展环境的重大变化有关。

2015 年 8 月美国举办“新闻和大众传播教育年会”（AEJMC），这个会上有几百篇论文发表，我们把这些论文做了关键词（key words）的搜索，看关于哪些主题的论文发表最多。概括起来是三个最重要的主题：第一个是社交媒体；第二个是移动媒体；第三个是网络。这些论文的主要内容可以用六个字概括：“新用途”“新服务”。

2015 年的国际传播学会（ICA）年会，有 2700 人参加，这两个都是国际性的大型学术会议，代表性很强。发表论文的情况是这样的：ICA 有 2600 篇；AEJMC 有 943 篇。我们检索出了跟新媒体有关的论文，社交媒体方面的论文 ICA 有 118 篇，AEJMC 有 377 篇；跟 Facebook 相关的研究 ICA 有 57 篇，AEJMC 有 20 篇；关于移动媒体的论文 ICA 有 22 篇，在 AEJMC 上有 21 篇。

这些大型国际性学术会议参加的人非常多，非常热闹，跟看球赛一样，几千个人聚在一起。整体来讲，本届大会到底关注什么，在会上是看不清楚的，因为大家只看到一篇篇具体的论文，却不一定知道这篇论文是不是跟别的论文有关联。因此，

只有在会后把所有论文集中起来做一个内容分析，才能够清晰地呈现本届大会的研究主题。顺便说明一下，投给 AEJMC 和 ICA 的论文当中，有一半是被拒收的。你把上面提到的发表论文数乘以二，就是大会收到的论文数目。ICA 收到了 5000 多篇；AEJMC 大约收到了 2000 篇论文。一般而言，这样级别的国际会议的规矩是接受率在 40% ～ 50%。如果人特别多的时候，就保持在 40%，如果参加人少的话就是 50%。这些论文都是接受了专家组的严格评审之后才能在大会上宣读的，另外还有一半被拒绝接受的。

这些在大会上宣读的论文所集中讨论的主题更能够代表当前传播学研究的主流。我们对这些论文进行总结，就可以了解当前传播学各个研究的趋势和动向。我们在 2014 年做过类似的一个综述，去年最受关注的是社交媒体，今年这个趋势还在延续，还包括移动媒体。所以移动媒体现在是传播学研究的核心关键词，也是非常热门的一个研究领域。

移动媒体研究的切入点

如果用“创新扩散”的理论来看手机的发展，有两个突破点值得关注：一个是手机超过座机的时候，座机有很长的历史，而手机是后来发明的一项新技术。那么现在，另一个突破点已经开始出现，手机上网的人数已经突破了用电脑上网的人数。所以这两个重要的突破点就是手机媒体发展中的里程碑。从规模、性能、功能来看，手机成为真正意义上的移动媒体，它对人类社会和日常社会产生了不容忽视的影响，值得传播学者认真研究。

亚洲国家在移动媒体的发展处于世界领先地位。首先，亚洲使用手机的人数是最多的。中国、印度两个人口大国加在一起有接近 25 亿的手机用户，这是个了不得的数字。这么多的人使用一项技术在世界其他地区是找不到的。其次，手机上网在亚洲的进展也很迅速，拿印度来说，它的经济不像中国发展那么快，固网发展比较缓慢，所以一下子跳到宽带，直接做手机上网。印度接近 60％网民是用手机上网的。

大家为什么对手机那么着迷呢？这是我当初做研究基本的一个问题。我观察，上课学生没事儿干就拿出手机来，10 年前就出现了这个情况，手机不仅仅是个通信的技术，它是一种高度个性化的、个人化的通信技术。我们知道，现代社会发展的一个重要特征是传播科技的重要作用。电报、电话、电视对我们现在生活的各个方面都产生了重

大的影响，但这些媒体都是大众化、非个性化的，没有人会抱着电视睡觉；没有人花那么多时间看电视；也没有人整天抱着报纸。因为大众媒体基本上都是信息传播的渠道，而不是个人化、个性化的平台。我们很难把电视个性化，也不能按照自己的喜好来设定内容。但手机媒体最重要的一个特征是个人化，这样一来就弥补了大众传媒科技所缺乏的“人与技术的亲近性”。有人把手机看成自己身体的一部分。看到了手机就看到了用户本人，用户跟它之间形成的亲密关系是其他大众传媒科技所没有的。

在大众媒体时代，我们失去了人际之间口口相传的亲密的经验。在没有电视、没有收音机、没有报纸之前，人类传播基本上是本地化的、相互亲近的，都是在社区里熟人之间的传播。有了电视，我们知道北极和南极发生的事儿。虽然通过电视知道的东西越来越多，但媒介与你的亲近性降低了。而手机呢，既能把千里之外的新闻事件传到你眼前，但同时也有接近性、亲密性。这是个特别大的进步，也是手机媒体流行于全球的一个非常重要的原因。因为相对于“人机传播”（human to machine communication）而言，更为理想的模式是“借助于机器促进人际传播”（human to human communication by machines）。只依靠人机传播的话，不能满足人类的全部需要，生活也是不幸福的。

举个简单的例子。如果你去餐馆吃饭，由机器人帮你服务，当然是个新的体验，但时间长了，你还是会怀念自己熟悉的那个服务员来与你寒暄，有个朋友来跟你边吃边聊天儿，这是熟人之间亲密的关系。这就是说，人类最基本的需求是人与人之间的互动。但这个互动如果没有技术支持的话，永远都是在小圈子里进行，受到了时间和空间的限制。在手机媒体普及之前，我们要做一个非此即彼的选择：要么失去了亲近性，要么失去了广泛性。手机媒体把这两个特征结合起来，弥补了大众传播技术的缺陷。我现在也开始用微信，不用觉得太落伍了，而且很多事情做不了。用了以后开始有一点儿上瘾，离不开了。因此，研究手机媒体是当今研究人类传播的重要切入点。它不仅仅是好玩，而且确实是一种新的传播方式。

移动媒体研究的演进模式与阶段性发展

下面进入今天讲座的重点。移动媒体研究的现状是怎样的？主题、方向与趋势有哪些？我想给大家做个简要的梳理，重点讲讲学术界对亚洲的手机技术革命的研究。

我们收集了 100 多篇有关以手机为主的移动媒体研究方面的论文，而且都发表在

主流的 SSCI 期刊上，这些都是比较主流、高大上的学术论文，发表在大家认可的主流期刊上。时间跨度则是从 2014 年往回数 20 年，这样我们才能看出这个领域的发展趋势。20 年前，手机刚刚起步。在 20 年间我们找到了 200 多篇相关论文，发表在 12 本期刊当中，其中有一半是新媒体方面的学术期刊，另外一半是传播学期刊。加在一起，跟移动媒体、智能手机相关的文章一起检索，去掉一些相互重复的篇目，最终确定了 201 篇。我自己开始做手机研究是在 1996—1997 年间，而在 1999 年之前论文数目为零，没什么研究可发表的。过了 2000 年以后呢，就开始有发表文章了。2007—2008 年是个重要的节点。手机研究开始受到重视，发表量也明显增加。2007—2008 年还有一个重要的现象就是以 iPhone 为智能手机开始进入市场。此后逐年增加，一直到 2014 年有将近 50 篇相关论文发表。我相信，这个逐年增长的趋势还会一直延续下去。

我们看到，2007—2008 年作为智能手机和非智能手机的分界线，这也导致了手机研究重点的转移。智能手机出现之前，手机被视为一种技术性的工具，研究也是以科技传播的角度来做。举个例子，手机普及后，很多人就不戴手表了。如果要看时间掏出手机一下就解决了。这就是手机的工具性所在。此外，手机还是一种社交工具。即大家如何划圈子、互相约会之类的。2007 年以前的相关研究关注的是手机的工具性。2008 年以后，智能手机逐渐普及，手机开始全面介入人们的日常生活，甚至于影响到政治社会的宏观层面，相关研究的数量显著增加，选题范围上也超越了科技传播的范畴，有了极大的拓展。

接下来，我们发现这 201 篇论文当中近一半跟亚洲，尤其是我们中国有关系。具体说来，这些论文以亚洲国家为背景。研究对象、数据都是在亚洲国家来收集的。研究的趋势与手机用户增长的趋势也是基本一致的。2000 年之前，手机用户非常少，相关研究也不多。在 2007—2009 年，手机用户成倍增长，相关研究也出现了“井喷”的趋势，最高点是在 2014 年。

那么，这些研究是怎么做的呢？具体来说，选取了哪些主题，采用了哪些理论和方法呢？ 20 年来，我们发现，手机研究呈现了一个逐步演进的过程，这与对其他媒体的研究的演进过程是十分相似的。最开始的阶段是认识媒体，像刚开始接触电视一样，大家就讨论，电视到底是新闻媒体还是娱乐媒体呢？这个问题到现在还在争论。接下来，大家开始关注媒体的使用。人们如何使用媒体？仍以电视为例，看什么节目，在何时何地，以何种方式看电视？对这些行为的研究就是“媒体使用”研究。研究了媒体使用之后，就开始研究使用者（ users ）。使用媒体都是些什么人？他们有什么样的人口统计学特征（ 例如，年龄和收入 ）、文化特征、社会背景等？再往下就是研究媒体的社会

效果，例如，天天看电视有没有不好的影响？总之，从一个科技传播研究的角度来讲，对于某种媒体的研究经历了以下四个阶段：对媒体本身的研究——了解它到底是什么，然后研究它的使用情况，再研究它的使用者，最后研究它的社会影响。

对照手机研究的发展，完全符合历史演进的过程，也是经历了上述四个阶段。不同的是，手机研究演进的各个阶段非常短。电视从“二战”以后，从黑白的过渡到彩色屏幕的，后来又发展到数字电视，因此对电视的研究经历了比较漫长的演进过程。而手机研究的四个阶段区分不太明显。这与手机这种媒体自身快速的更新迭代有关。大家基本上是一年换一个，有不少人换得更勤。

从上面提到的201篇论文来看，最开始是研究手机媒体本身的定义，然后研究手机媒体的使用。研究这个主题的论文是最多的，即研究手机的使用和使用者。手机使用有很有意思的现象，是个人化的使用。它和大众媒体使用不一样。看电视、看报纸主要的是能获取信息和知识。用手机则是为了实际的功用，比如，约人吃饭之类的。你们可能不知道，我在20世纪90年代开始做研究时，手机还是砖头那么大的“大哥大”，只有大款才能用得起。现在则是非常普及，每时每刻离不开，芝麻大的小事也要用手机。我们在香港做研究的时候，问一个采访对象：你用手机做什么？他说，他每天给妈妈打电话说，他回家吃饭要晚一点儿，要她等着，其实5分钟10分钟以后也就到家了。这个信息本身没有什么特别的意义，更多的是情感的表达。手机的魅力也正是在这里。显然，手机使用最重要的特点是社会性。但还有一点，社交过程中很多繁琐的事，比如看电影、吃饭、约会这些都需要“协调”（coordination），还有玩游戏等需要合作。因此，手机最重要的功用是“社会性的协调合作”。我特别推荐一下新加坡南洋理工大学的Richard Ling教授，他是一位来自北欧的学者，他在研究手机的社会功能方面著述颇丰，出版了四部专著和一些有影响的论文。

第三阶段，我们开始研究手机使用者，我以前发表了两篇手机使用的文章，都是讲谁在用手机、谁没有用手机，这是有关使用者的研究。最新的研究则是关于手机媒体对社会、对国家的影响，这就进入了我们刚才说的媒介研究的最后一个阶段。越来越多的学者从经济学、社会学、政治学的角度，研究手机媒体对政府、企业和大型社会机构的影响。例如，手机在“阿拉伯之春”等社会运动中发挥的作用，移动支付对银行业的影响，等等。这些完全超出了手机社交的功能。显然，手机研究的最新主题是其社会影响。这是因为前三个阶段的题目基本上做完了，学术界对手机的关注点经历了由个人、组织、社区再到国家、社会和公共领域的演进过程。

在手机研究领域还有一个值得注意的趋势，那就是亚洲学者的影响力逐渐增强。

在以往传播学研究的各个领域中，亚洲学者的影响力比较低。比如说，政治传播、健康传播这些领域都是由北美的学者主导的。但是在手机研究当中，我们发现，亚洲学者发表的文章最多。其中的内在逻辑显然是，亚洲的手机用户最多，使用范围也最广。美国人就不理解中国人天天抱着微信干些什么。最近，美国媒体上有篇报道说，在上海出门只要带手机，不用带钱包了。他们很好奇，手机在亚洲、在中国有那么广泛的使用、那么大的市场、那么丰富的生活经验，这里是做移动媒体研究最好的地方。所以，亚洲学者发表的相关论文自然就超过了其他地区，这个现象在传播学其他领域是找不到的，至少我自己还没有发现。换言之，如果你继续在亚洲做移动媒体传播，你会做得非常前沿、非常主流。如果你做健康传播的话，可能会比较辛苦，因为北美的、北欧的学者比我们的主导性更强，发表的成果也比我们多，积淀也更深厚，手机媒体研究直到最近才开始进入主流和前沿。中国、韩国、新加坡、日本是相关论文发表最多的国家，加在一起差不多占了相关论文发表数量的 2/3。亚洲国家——特别是东亚——是研究移动新媒体最多的地方，所以说，研究的机会就在你身边。

移动媒体研究的理论与方法

限于时间无法展开，下面我来给大家简单提及一些理论和研究方法，过去，传播学新领域的研究都是以非理论的、描述性的研究较多，但我发现亚洲移动媒体的研究一半以上发表论文都有理论导向，有一定的理论基础，这是一个值得肯定的趋势。在移动媒体研究当中，哪些概念和理论最有价值呢？创新扩散、社会资本、社会网络、公共领域、公民参与等构成了移动媒体研究的概念和理论框架。总体来看，移动媒体研究与传统的科技传播和政治传播、健康传播等新兴领域的理论有较为深入的结合。

在研究方法上，以往的移动媒体研究比较单一，主要是以量化研究为主，使用问卷调查。我们统计了过去 20 年的研究，有 40 篇论文都是用问卷调查来做的。如果质化和量化对比的话，60％都是用量化的方法，另外 40% 使用了质化研究——深度访谈、参与式观察等方法。所以，不管你的研究方法是量化还是质化，做移动媒体的研究都会有发表的机会。

移动媒体研究的机遇和挑战

我刚才已经讲过，移动媒体研究已经成为由亚洲学者来主导的一个领域，对于中国学者来说，这个领域提供了许多我们进入传播学研究主流和前沿的机遇。首先，无论是从整个亚洲还是从中国来看，手机的渗透率很高，关于使用效果的研究非常令人瞩目，这为我们开创这个领域的研究打下了坚实的基础。其次，从理论导向和研究方法来讲，移动媒体研究在过去十几年变化不是太大，主要的变化是在研究主题上：从技术工具的研究过渡到宏观的社会影响。个人怎么通过手机能够把私人事务变成一个公共的话题，或者反过来把公共话题变成私人事务。这是做起来非常有意思的、容易着迷的一个话题。移动媒体把个人的表达变成共同的关注之后，那么对整个社会、对公民的参与、对社会政治的议题会产生哪些影响？这方面的研究还处于刚刚起步的阶段。这也是传播学研究进入学术主流和前沿的一个契机，就是研究社会制度、媒体与社会之间的关系。这是所有的社会科学研究必须关注的核心问题。社会科学关注的就是人类社会如何构成、如何达到社会和谐、实现公平正义、促进公民参与等目标。因此，这也是促进传播学与社会学、政治学、人类学等其他学科进一步融合的契机。

20 世纪 90 年代初，我开始念新闻理论，接触的第一本书是施拉姆的《人，社会与传媒》(国内译作《传播学概论》)。当时我刚开始做手机研究，手机跟社会的关系没有现在这样大，主要是一种工具。今天移动媒体开始进入到这个阶段。所以从这个角度来讲，将来移动媒体的研究会越来越前沿，进入到社会科学研究的核心问题。这个新兴的媒体是帮助人类解决社会问题，还是会带来更多的社会问题？这正是我们做研究非常有意义的地方。通过研究可以发现，手机到底能让幸福感增加、让生活丰富，还是让我们天天抱着手机，没有手机生活就崩溃了？我 5 月份在国内听了一个非常压抑的故事：一对年轻夫妇在饭馆吃饭，一个多小时点菜、吃饭，没有互相看一眼，更不要说面对面讲话，他们只讲了一句话："你看一下！"然后又把手机拿给对方来看。

总之，以手机为代表的移动媒体研究开始进入主流，它能够对探讨传播、科技与社会之间的关系提出新问题、新见解、新视点。帮助我们更好理解人与社会发展的方方面面。所以我反对把新媒体的研究做得太琐碎。如果做得太琐碎，结果发现，最后不知道为什么要研究这个？它对人、社会、媒体的认识有什么帮助？

目前移动媒体研究中也存在着一些问题和挑战，主要表现在区域的不平衡。亚洲的相关研究大多集中于东亚地区，关于中亚、西亚的研究几乎都是空白的。但我们都知道，手机在这些地区的影响也很大，"阿拉伯之春"就是典型的例子。我们提出"亚

洲传播研究”的理念，实际上主要还是讲东亚传播。这是个很不平衡的现象。另外，有学者提出，虽然在相关论文的数量上亚洲学者占了上风，但移动媒体研究与其他领域面临同样的“白象”悖论：“like a white elephant in a room”，即房间很小，有个大象存在，别人都不能呼吸，所有的空间都被大象占据了。在传播学当中这个“白色的大象”就是欧美文化的主导性。所以，移动媒体研究也不可避免地受到欧美主导的影响。因此，我把移动媒体研究当作开辟亚洲传播研究新路径的一种尝试，我们现在取得了一些成绩，但还有很漫长的路要走。

录音整理：婧环、杨印

校对：薛瑾

第七讲
公共传播与新媒体赋权：空间、想象与救赎[1]

◎ 师曾志

北京大学新闻与传播学院教授、博导，北京大学公共传播与社会发展研究中心主任，安平公共传播公益基金联合发起人；分别在北京大学图书馆学系获学士学位、北京大学图书馆学情报学系获硕士学位、北京大学信息管理系获博士学位，曾在新西兰惠灵顿维克多利亚大学及瑞典皇家理工大学计算机与传播学院访学。研究领域包括媒介社会学、媒介文化与公共领域、新媒介赋权及公民社会。近年来组织北大公共传播媒体高级研修班，发起安平公共传播公益基金。

其实来到清华是我非常高兴的一件事情，因为北大和清华离得很近，但是有的时候它们真的是很遥远。我觉得非常高兴，尤其是能跟新闻传播学的学生交流，也非常感谢曾繁旭老师的一番介绍。我跟曾老师第一次见面在哈佛大学，当时他在那边访学，我去参加会议。曾老师也是一位行动者，尤其是他从记者转身成为学者，特别成功。他的文章和著作我都拜读过，真的是非常非常高兴，也是很敬仰的。

今天有机会分享我自己的学术与行动的结合，我觉得我的题目反映出了我所有的思想。说实话我的书还没写完，写了好多年一直定的这个题目，但是一直没写完。史老师让我定题目的时候，我毫不犹豫地就想把我近些年的思想再总结一下，再跟大家分享一下。

重新理解新闻传播学

下面我想用海德格尔的这句话来重新理解新闻传播学，我觉得是这个学科发展的

1 演讲时间：2015 年 11 月 19 日。

路径，是值得思考的方向之一。其实我们都知道，新闻传播依赖于语言，依赖于我们的话语，但是这种语言、话语的背后是什么？是很多的思想家、哲学家、包括政治学家、人类学家，也就是我们说的社会学家一直在探索的问题。这样的一种探索其实对于传播，尤其是对今天新媒体环境下的新闻，或者我们说媒介生态的发展等一系列的问题，再去思考的时候，如果还是按照你原来的思维方式去思考问题，那么，新闻传播学的研究很难适应急剧变化的时代。其实我们做传播研究、媒介研究，就是要回到语言本身。

海德格尔说："人活在自己的语言中，语言是人——存在的家，人在说话，话在说人。"所以，我们在做传播学研究、媒介研究的时候，其实"说什么话"有的时候并不是简简单单看谁在说，也不是简简单单看"说了什么话"，而是要把两者结合起来。这就是我今天的点题，我研究的开篇。

我们可以看到，我们现在面临的互联网时代，它是一种所谓的"大时代"。这种"大时代"可以从各个方面去理解。但是从传媒业的角度来讲就是简单的一句话：每一个人都有了一种表达的可能性。也是在媒介的表达过程当中又有了行动的可能性。那么，在这样的一个"大时代"里，如何有大的格局，如何能够有大的视野去适应这样一个不断跃迁的时代？这种时代的变化不是简简单单的豪言壮语，它也不是离开"人的存在"——这样一种基石的变迁，或者一种"大时代"、大视野。

在这样的一种情况下，大家也可以看到传媒业的变化，就是有了一个叫作"四公时代"的到来。很多媒体人纷纷转型，有的去创业、办公司，有的去办自己的自媒体公号，有的去公关公司，还有一部分在做"公知"。不知道你们有没有看到，我觉得媒体人做"公知"的人会越来越少，而更多的是，他们要么实实在在做公关公司了，要么就创业去了，要么就去做公益了。这次安平奖大奖的得主是王克勤老师。王克勤大家应该都知道，其实他从一个真正的媒体人，转型成一个真正的公益人，在他的情怀里面，一直没有放弃一个媒体人对自我的要求、自我的感知。但是他已经不像是原来只是拿起他的笔去揭示社会的黑暗，而他现在更多的是解决这些难题、这些问题。在解决的过程中，我觉得不比他写东西要容易，但是他还在坚持。所以，这就是我们学新闻传播学的学生已经看到的变化，面临着的变迁的时代。

南方报系"聚是一团火，散是满天星"，南方报系聚聚散散，现在来讲更多的媒体人在创业，所以南方报前编委创办了一个"前南友"（前南方报系的记者编辑）APP，用新媒体的方式来帮助他们创业，来给他们一些指导。这是一个大的变化。

在做新闻传播学学习和研究时，过去老师一直告诉我们学会提问题是很重要的。在这样一个业界和学科急剧变化的过程中，什么是真正的问题？如果我们提出了问题，

我们又如何去解决这些问题？这些好像还不够，我们在这样一个变迁的时代，尤其是作为传媒人，话语的力量、你的这样一个权力基石的力量，你是被动地去解决问题还是主动去创造问题？所以从现在来讲，无论是政治、经济、文化等各个方面，都不是简单地面对一个问题，而是创造一个问题。大家现在都使用微信，在发展初期它所面临着问题。你们现在都在用支付宝，支付宝到现在都面临着很多很多问题。它是在创造问题，但是这种创新和颠覆、破坏恰恰结合在一起。这要求我们更深入地思考和分析媒介与社会关系方面的问题。

在阶级时代，或者社会运动时代，我们都知道记者拥有新闻的话语权，拿着一个喇叭、枪代表集权。在这样一个二元对立的状态下，我们可以看到枪和喇叭永远对着，永远感觉到枪是多么的强大，我们的话筒是多么的微弱。但是现在，这个时代又有一种变化。这个枪究竟是传播还是一个阶级的意识、强权的政治？哪个是枪？哪个是喇叭？哪个是自由的声音？这都发生了特别大的变化。

新媒体的话语、意识与权力

为什么在新媒体时代我们不能把话语的力量转化成一种强大的力量？而且新媒介赋权其实是给了你这样一种权力。很多人认为赋权就是增权，不是这个意思。“赋权”是包含增权和减权的，新媒介环境下增加了谁的权力，减少了谁的权力？这是我们应该询问的一个问题。

我们在说话的时候，难道只是在说话吗？语言的力量难道只是简简单单的语言力量吗？语言有的时候就像枪一样。其实还有这种意象的东西，比如枪是对准喇叭的，你知道这是什么意思吗？你说的那些话你知道你在说什么吗？你说的那些话你认为你是在扫别人，枪对着外人，但是实际上人在说话，话在说人，话其实在对着你自己。这是最危险的，新闻传播学的学生和业界的从业人员知道我们说出去的一些话难道不是射向我们的一颗子弹吗？所以这是我们在这个时代必须要思考的一些问题。

我们说的是“什么话”，这里面就有“我们在多大的时空上去考虑”的问题，在多大时空上的内容去看待我们新闻学和传播学的发展。我们是简简单单地在一种二元对立的思想下、传统的媒介生存环境下去看，还是透过表象，我们再历史、现实、未来地去思考传播学发展的路线？我们一定知道外面的世界非常大，非常美好，这种外面的世界不是简单实在的外部世界，而是对学生、学者、从业人员来讲，新闻传播学在

这个时代对我们的要求越来越大。我们在报道的时候能不能成为这个方面熟知的人，成为专家？我们了解我们要报道的内容吗？我们可以展开无穷的想象。

前两天法国发生了巴黎恐怖袭击事件，我们可以看到，我们每个人都是“人”，只不过“上”了不同的颜色，我们就有了性别、国籍、种族的不同，但是我们却被分割成不同的人。谁在分割我们？背后的权力是什么？这是我们要问的问题。

对于一幅画像，不同的意识决定了你看到了什么。但是你看到的是实实在在存在的东西吗？是你的意识决定你看到了什么。不同的人，有的人看到了浮躁、不安定的社会，但是你可以看到更多的人所看到这个社会所提供的空间、想象、发展的可能性。所以，我们在做学问的时候首先要追问“自我的意识”，而意识又是由什么决定的？这些问题都是可以一步步追问下去的。

传播本身就是一个问题的两个方面，新媒体赋权的今天，传媒人保持一种客观冷静的态度。我们的公益组织非常非常的活跃，值得高兴的是这些参选的公益界的人包括相关的新闻人，他们自己组织了一个交流学习团，在微信上不断地去交流作品，可以看出我们做的东西不简简单单是评奖的结果，而是整个过程大家的参与度。通过微信的建立，来看这些顾问评委积极的参与程度。我们都知道很多人都不会主动去利用自己的权力，这里有很多值得考察的问题，这个奖评选的不在于结果，而在于过程，我们看到越是草根的人拥抱互联网的激情、行动力越大。在评选此奖的时候，中国青少年发展基金会副秘书长涂猛先生曾说过这样一句话：“这叫我们国家的自上而下和自下而上两种权力的拥抱，这是安平奖的一种核心气质。”我认为他点得很到位，我们一直在说我们没有权力、地位、资源、资本，但在新媒体环境下，尤其是社会关系网络中，为权力的产生和你能不能拥有这种权力提供了一种可能性，那就有一个问题，当权力是这样的一种获得，传播中的能力就是我们需要去问的一个问题。不是有没有的问题，而是有没有这种能力的问题，当然这里存在一定的社会条件。首先，是互联网共享经济对生产及再生产机制的影响。从互联网的基础设施上来看，是提供了社会主义、共产主义的可能性，而相比之下，公司的发展只是资本主义的摇钱树。

在互联网时代，我们不单单看到的是社会关系网络的权力，而是说互联网的基础设施提供了这样一种可能性。在人与人、人与物、物与物交流的关系当中，一切都处于一种流动性，一种主张与需要并存，一种交流与互动当中。在这样的背景下有了一种逃逸性、移动性、不确定性与失控中的张力。在传统社会里喜欢稳定的人比较多，在今天的社会中，任何事情都存在不确定性，处于不稳定的状态，而这种不确定性已经不再是社会的非常态，而恰恰是一种常态。在这样的背景下，经常会出现自我救赎

与自我要求的东西，这里我用“逃逸”这样一个概念，来形容互联网时代社会关系网中一种新的关系。能不能建立关系、有没有产生信任，还有社会资本的力量，而不是简简单单资本的力量。

还有一个是信任，在中国的转型中我们谈论较多的是政治的转型、经济的转型、社会的转型，但信任转型对我们传播学来说是非常重要的。原来我们对人或组织产生信任已经形成了一个固有的模式，比如说，清华、北大，我们很信任，因为有悠久的历史传统，但如果说一个不太有名气的学校，大家可能会降低对它的信任度。还有我们的身份与地位决定了我们能否信任。我们对于清华、北大的信任来自如此深厚的历史传统，我们应该有一种使命感。我们背负着名校的名声，是担负着责任的。你的位置高于他人，所以你比别人花费的力气就要少得多。

还有我们在日常生活中，很多人都渴望去寻求一种伟大的东西，但它就存在于我们的日常生活、一言一行当中，就在于你观察到的、看到的很多事物。作为传播学者这样观察事物的能力要很强，在人与人之间的关系中去培养这样的直觉，其实是在社交媒体的体验中。如果作为传播学者你无法看到事物背后的东西，那你如何去解释这样东西呢？在社交媒体的使用中，你的感觉本身就是传播学特别重要的东西。在日常生活中培养自己的觉察力。

我让学生编辑微信公号，他们做完之后感觉自己的已经是参与者了，而不简单是被动的信息接收者。不再是远距离的观看凝望，而是积极的参与其中。在“双十一”的时候，我们的小组作业中，有一个小组做了一个主题：如何吃土。穿越历史现实以及后现代的东西做出的这个作品，一天不到就有 1 万多次的阅读量。我给学生的反馈是“奈何”！学生表示不理解,说还是做“如何君”吧。我督促他们做。他们不知道“土”在北京有“鸦片”的意思,如果把这个意义放进去可能会更精彩。这些孩子都是“95 后”,他们有自己的圈子,他们感兴趣的东西只会在自己的圈子传播。我提出过一个问题：“谁代表未来？”这就是权力所带来的能力。

我的研究有很多想象与思想的基础。过去的研究很重视别人理性的文字，逻辑的、思辨的、概念化的、分析的,我们用这样一套工具来对现实生活进行解析。我的问题是：你的这套工具适用于当下研究的问题本身吗？这些工具很多都来自西方。还有一个问题：如果适合，你能够理解到位吗？你能够很好地运用吗？这是我的思考。

还有我认为情感在互联网中得到了充分的彰显。我们学院有位老师认为，互联网是女性的。所以，我认为感性的东西也会在研究中占据很大的比例。所以我们要思考，我们是否具备社会心理学这样的知识与背景。尼采曾说过：意志是改变的能力。在学

问中把意志与勇气加进去，在行动中把它们加进去，这在传播学中非常重要。因为意志可以构成我们的人格与气质。

我研究的第三个基础还是要回到社会关系网络里去，这个网络要细化，是政治经济这样的大概念呢？是一种博爱、平等、公平、自由的观念呢？还是我们要不断去剥离？比如，过去我们总谈阶级，现在谈的很多是阶层，我们还能不能有更深层次的剥离呢？

还有一个维度就是失控的维度，在这个维度中我们应该看到更多异构性、差异化的东西。在这些差异化中我们是寻求共同性还是误构？所谓"误构"就是承认彼此的存在。我们的传播一直很强调共识，其实就是在强调"同构"，我们一直想让自己的思想被更多的人接受，甚至是统一思想。比如：同一个世界，同一个梦想。这是一个美好的理想，现实中很难做到？新媒体赋权就是在这样的环境下不断地生存、发展和博弈，最后死亡，然后再重新生成新的力量。这就是从无到有、从有到无的过程。

新媒体赋权的意义

那么新媒体赋权到底是什么呢？新媒介消融了原有社会结构中个体、群体、组织等的边界，在承认个体情感、意识、差异、意志等基础上，社会关系在跨越时空交往中解构与重构，为社会成员提供了获取信息、表达思想和行动改变的可能性，并重新形构着国家与社会、个人与社会之间的关系。新媒介赋权是在社会关系网络中增权与减权、分权与平权的一个概念。还有就是表意即行动，比如编程，很多人认为它难就放弃了，但编程本身就是改变世界，你可以用它主宰这个世界。比如"双十一"，它背后就是六个小的程序员编的一个集运输物流于一身的程序，他们把程序卖给邮政系统，展开全面合作，结果就是邮政系统与阿里巴巴的合作。

很多学生愿意加入北大的"小黄车"，就是我们的校园专车，它不仅仅是方便快捷了，最重要的是它形成了一种小黄车文化，时尚文化。让学校的管理和治理不仅仅是后勤部门的事。像 MIT（麻省理工学院）等很多美国名校也鼓励学生参与校园治理。MIT 特别鼓励学生动手去做东西，它们应该是全世界获得专利最多的学校，它整个的文化就是有了问题就让学生用自己的能力去解决。于是我就在想，以后学校的管理是否还需要现在这种臃肿的机构？你们的竞争对手来了，你们看那些"95 后"，"00 后"的想象力。你们看现在的专车、Airbnb、共享经济，已经成为了社会运转非常重要的东西。这就是表意的内涵，可以去行动的内涵。

我还要强调一下所有我们说的东西都不是空穴来风。它最重要的是，我自己看文献感受到的，这是经济学的东西，这是传统的社会交换、社会分工这种效率分工基础到现代交往关系导致社会团结和经济利益增长的转变。你看 BAT（百度、阿里巴巴、腾讯）哪有谁是全部拥有的，马云或者说阿里巴巴不拥有任何一家店，他不拥有淘宝的任何一家店，他赚钱更多走的是流量、是广告、是和地方政府的合作。而且在互联网上，资本是可以复制的。我曾经考察过阿里巴巴的农村电子商务，尤其是他们和地方政府的合作。跟阿里巴巴合作非常简单，就是我发现你们的地方发展好，我就在天猫店或淘宝店上给你们开窗口推到上面，无需空间，时间 24 小时是无限的，这就是说，资本是可以复制的。我们去过浙江遂昌县，离杭州不远，那里有地方政府和阿里巴巴的合作的模式，叫作“遂昌模式”。这是社会的能动性，这是非常值得思考的，它把各种利益调动起来。遂昌模式就是给普通人赋权，达到利益最大化。我是跟着阿里研究院一起去考察的，接待我们的是遂昌县的团委书记，还有一些领导陪着我们。阿里就是复制资本，然后去撬动各方面的资源。“互联网 +”很重要的是给予了地方政府互联网发展合作的合法性，现在 BAT 在争的就是和地方政府合作。我想强调一点，权力、权威固然重要，更重要的是一种能力，而不仅仅是我知道什么，更重要的是我能改变什么。另外就是权力可能产生威权，人类在获得自由和国家保护的时候又把自由交给了别人。比如，难民问题，缺少了国家的保护，难民连畜生都不如，但是他们也都是人。

恐怖主义是怎么出来的，我们打着保护平民的旗号制造了“恐怖主义”这个概念。生命是要溢出的，很多逃亡到欧洲的难民都是中产阶级，很多人连当难民的资本都没有，这是需要很多经费的。所以，再考虑到这些时还要考虑到权力本身，这种“两害相权取其轻、两利相权取其重”的原则是值得研究的。包括社会的有机团结，通过恻隐之心等，社会的很多问题都是在大家的达成基础上解决。社会分工也是，你占有得越多，你的资本盈利越大。所以我们说，人的天性会发挥很大的作用就是趋利避害，这是传统经济学很重要的事情，即便在互联网时代，这条原则基本没有发生变化。

新媒体赋权与社会公益

我们常常听到这样的说法，让中国人从兜里面拿出钱来是很困难的事情。现在情况已经不同了，我给大家分享一个数据，让大家看一下中国人到底有没有爱心。腾讯基金会是 2006 年建立的，6 年的时间里它正好对应的是 PC 时代。它和移动互联网时

代的最大区别是什么？现在对于很多人而言，移动互联网就像自己的器官。睡觉之前要看看手机，甚至刚刚起床就已经开启了移动生活。有的人不说话，但是他也在看。PC 时代还是机器，它没有跟人的器官连通起来。

以腾讯公益平台为例。该平台成立于 2006 年，并于 2008 年开放了网络捐赠平台，该平台收到 1 亿元的捐赠资金共用了 72 个月（6 年）的时间；随着移动互联网时代便利性的增加，第二个 1 亿元仅用了 19 个月的时间；随着移动社交时代的到来，第三个 1 亿元仅用了 7 个月的时间；到 2015 年，腾讯公益平台仅用了 3 个月就募集了 1 亿元的捐款。

“微信红包”特别火热的那一年，很多人在抢红包。其中最大的意思就是银行卡和手机的绑定。现实当中是下级给上级送红包，但是在微信里面，是群主给大家发红包。越来越多的人在绑定银行卡。支付宝在抢占线下，给线下支付打折，未来谁拥有线上支付的高能力，谁就会更有竞争力。回到刚才的公益问题。不久前，腾讯在公益日开展配捐活动，按照 1∶1 捐款。我们从 PC 时代到移动互联网时代再到移动社交，我们已经成为了其中的一部分。我的学生现在做什么都可以不出门，让资金、信息流动起来，让人安静下来。一二线城市很多人纷纷转向三四线城市，这不是不可想象的。因为资金、物流和信息流动了起来，人员的流动会产生变化。这是我们面对的一个时代，讲这些数据，就是想告诉大家“能动性”有多么重要。

下面我讲讲“99 公益日”这个案例，2015 年，腾讯公益推出了“99 公益日”的“配捐”营销活动，该公益组织在一定时间段内募集的资金额，腾讯会以相同数额的资金捐赠。数据显示，3 天时间，用户的筹款额达 1.279 亿元，参与的人数为 205 万人次。9 月 7 日“99 公益日”上线 15 分钟用户捐款过 1000 万元，9 月 9 日 9 点 18 分，用时 57 小时 18 分，用户的捐款突破 1 亿元。项目涵盖范围涉及全国 34 个省市，尤以西部、贫困地区为主；其中，扶贫救灾类项目 235 个，环境和动物保护类 130 个，疾病救助类 783 个，教育助学类 656 个。9 月 7 日至 9 日，共有 95 家公募机构的 2178 个项目获得了善款。其中，个人和民间机构发起的占 75%，“85 后”、“90 后”捐赠用户比例高达 79%，超过 85% 的用户通过移动终端完成捐款。更为重要的是，他们的捐赠只是在几秒钟做出的决定。

你们可以作为社会运动去思考其中的影响力。三天内用户筹款 1279 亿元，参与的人次 205 万人，有的人捐多个项目，而且都是人际关系的传播。用户捐款过 1000 万元的时间是 15 分钟；到 57 小时 18 分时，用户捐款超过 1 亿元。有 24 个城市的分布，腾讯后台的数据是最真实的。救助领域上，扶贫、救灾、动物保护、教育助学，还有很多兴趣类的。当然有人质疑，这里面腾讯有“诈捐”。有些机构为了配比多，在很多渠

道把钱拿过来，腾讯“配捐”之后再去把钱拿回来。我认为，这不是腾讯的问题，它考虑的是人性的问题。做公益的人不能做这种事儿,他们应该是以道德为底线的。比如，“郭美美事件”，她与红十字会一点儿关系都没有，但却把后者搞得声名狼藉，到现在都翻不过来。红十字会的领导希望媒体去为他们正名。但是我告诉他们，重要的是让每个人去相信他们。

我们再来看看腾讯的平台。我最想分享的是谁捐款，谁发起项目，用什么方式完成的。个人和民间机构发起的项目达到了 75%，还有捐款的用户比例，“85 后”和“90 后”占捐款的最大比例。我自己的学生就会捐款,有学生捐了几千块钱。我就非常高兴。包括我女儿也会跟着我去捐。很多家长就是言传身教地在教育自己的孩子。很多词汇我们都会用，但是我们真正地可以做到“知行合一”么？王阳明有一句话说，知的明白一定是在行动上，行是彻底做事的时候才能真正知道。不是我们简单讲的“理论联系实际”。再比如“悲悯”，这个词也非常重要。

我们从这些数据中看到了“85 后”和“90 后”主要用移动终端进行捐赠。而且捐赠行为只在几秒中做出这个决定，快速决定可以迅速地实现。如果系统设计的不好，几次捐赠不成功，我就不捐了。曾几何时，让中国人从钱包中掏钱是非常困难的事情。现在这种看法已经过时，这是因为移动互联网的出现为公益带来了更大的成长空间。当然，人们在做出决定的时候能够瞬间实现，也和基础设施的发展存在很大关系。并不是说中国人没有爱心，而是有无这样的条件和基础设施来帮助人们去做这样的事情。这叫作“理性呈现外在条件的改变”，即，人人公益与共享公益决定的力量不是以传统经济学理论为基础的，也不是以外在的道德伦理为基础的，而恰恰是在共享经济理论框架下的为己而为人，人的理性根基并没有改变，因为人的理性是异样的，也是不断逸出的，而不是固定不变的，理性满足的条件产生了变化，理性呈现的内容也必然发生改变。这种理性彰显的就是“人人为我，我为人人”。

新媒介赋权的机制主要体现在传统赋权机制的改变，在新媒介的社会网络关系中产生权力，这种机制最简单的是组织的赋权向个体的赋权转移，在转移中，首先要考虑的不是你拥有权力，而是自我赋权，在自我赋权的过程中产生群体赋权。

作为一个研究者，我认为当研究到一定程度时就必须这样做。在做公益的过程中，我收获到的是自我生命的觉醒和圆满，这些东西是书本无法给予的。通过这个过程，在教书、做学问和其他方面，我成为了最大的受益者。利用微博发起了免费午餐，它的发起渊源就是这个。很多人都听说过远离城市的孩子吃不到热的午餐，但是只有邓飞进行实地考察并利用微博发起“免费午餐”。很多人知道了就完了，但邓飞采取了行

动。并且邓飞现在已经成了一个纯粹的公益人，但骨子里的记者情怀、记者的想法都没有改变。如果你能做到自我赋权，你就能放下自己的很多东西，那些群体、那些认识或不认识的人就可能来支持你、信任你。在群体赋权的基础上得到社会赋权。你看现在的“免费午餐”活动，利用网络平台效果特别好。

捐赠的主体是“80 后”“90 后”甚至是“00 后”。这份午餐其实就是三块钱。然后有些孩子就说，三块钱，我今天节省三块钱就能做这么一件事，多厉害呀，所以我可以先捐一个月的，所以，虽然没有采取社会动员，但是网上的捐款已经达到了十几万元，每天的进账。就是很多人看到了就会做这个，而且把它量化了。不像有的项目告诉你，我们穷得不得了，你得给我钱，但是让我们觉得是个无底洞，我们怎么帮呀！所以现在的公益人士把“合理量化”看得特别重要。

从自我赋权到群体赋权、社会赋权、再到组织赋权，这里我特别强调，在社会结构中我们总是强调个人权力与集体权力的平衡、流动。其实他要回到这样一个组织赋权里面去。组织赋权是什么意思？就是组织化的行为一定要对我们国家的政策产生影响。免费午餐也好，帮助尘肺病患者的“大爱清尘”也好，其实对国家的相关政策都产生了很大的影响。

大家都知道 NGO，就是非政府组织，NGO 组织特别重要的作用是提出问题。当社会对某个问题“无感”的时候，NGO 组织最先发现这些问题，并倡导这些问题的解决。但要真正解决这样的问题，很大程度上还需要国家和政府来解决这些问题。影响公共政策，这个太重要了。所以我们说，最重要的还是要回到组织赋权。还有一个承认多种赋权的存在，并在具体问题中梳理好彼此的关系，只有这样权力才能获得解放与实现。这也是我通过这些年来的研究与实践领悟到的最重要的一点。

多元化的权力

下面我来谈谈“权力”这个概念本身的含义。我们讨论了这么多，其实应该挑战的是那种对“权力”概念的同质化、简单化的理解。第一，我们应当把“权力”放到一个过程当中加以考查，权力应当是多形态的、异质化的。第二，就是权力作为关系的策略。这样就跟我们的传播学产生了很大的关联。第三，是生产性的实现，而不是仅仅是外在性的批判。我们看到权力是可以不断生产和再生产的，而不是一成不变的。简单的去批判、去控制都是不可能的事情。第四，权力引导我们对“知识是什么”有

了重新的认识。简言之，我们需要具备三种能力：第一种是做事的能力；第二种是处事的能力；第三种是倾听的能力。

我觉得特别重要的是倾听，它是决定上面两项的基础。但是我们有没有倾听的能力？我刚进来的时候就跟大家说，要培养那种人和人之间相处时产生直觉的东西。那种直觉的东西是什么？首先，你要做一个非常好的倾听者。当你学会倾听的时候，你就会发现与对方的种种，之后，我相信你就会有一个接近于真相的判断。你们可以试一试，这太重要了。而且有人认为，我只倾听、不表达难道不是一种损失吗？尤其是一些 NGO 的人，到了会场，玩命地表达，根本不听别人说什么。其实有的时候恰恰适得其反。举一个例子。有一个人把手表丢了，机械表，丢了之后他就玩命地找，翻天覆地地找，找到精疲力竭了，他不找了，坐在那里，你们知道这个时候他听到了什么？他听到了表针嘀嘀嗒嗒的声音，根本没费什么力气就找到了。对我们学传播学的同学来讲，在倾听、处事、做事的过程中，你会知道什么是可能的，什么是不可能的。

还有一个就是我说的新媒介赋权过程中，抵抗与解放是并存的。你个人都不愿意把自己的权力让出去，何况组织、国家、政府呢？还有一个，权力是存在于第三者之间。而不是简单的是谁有权力，谁没有权力。有句名言说，上帝要灭亡你，首先让你疯狂。当你觉得所有的东西你都知道、都了解，离疯狂就不远了。有些东西比如说，荣誉不在于你自己的评价，而在于别人的评价。但还有很多东西是你自己决定的。

如何实现想象

下面我们再来谈谈想象。怎么去想象？在新媒介赋权的过程中，有一个很重要的环节就是想象。其实想象是一个非常非常简单的过程，就是回到日常生活。情景化的、具象化的东西，这也越来越成为我们研究的出发点。前两天我写了一段文字，借此机会给大家念一下，“互联网传播的情境化指的是交流、交往、沟通及对话对人的认识、态度、行为等的影响，它在事件的具体时间、场景中体现出空间的意涵，而空间的合法性与正当性也是时间得以延续的前提。时间的‘越来越空间化’指的是意义本身越来越在具体的情景与语境中得以生发，它也成为讨论问题的出发点”。

从某种意义上讲，这正是英雄时代终结的体现，它也是我们已进入草根时代的佐证。我们说英雄时代的终结，就是很多东西都是在具象化的语境中得到体现的了。比如说，北大有个学生做了个微信公众号，题目就叫作“如何吃土”。你想，对我们这些“正统”

君子,怎么可能取这么个“破”名字。怎么能以这种方式表达对“双十一”的愤怒和批判?

想象中的具体而微，大家可能听不太明白，我在这里跟大家分析一下。当下新闻传播的权力场域愈加多元、复杂，象征符号叙事是多面向展开的。如果没有对生命的觉察，象征符号叙事极易演化为“符号暴力”，戾气嚣张而人不自知。互联网的最伟大之处在于为人们从法国哲学家吉尔·德勒兹（Gilles Deleuze）所谓的“质量线”“柔软线”中迈向各种解放性的“逃逸线”提供了可能。但在获得解放的同时，每个人却要真正面对具体而微的真实、真相。这也越来越成为问题讨论的原点。我觉得就是我们做传播学要有敬畏之心,多方面去了解。所以,我把新媒介赋权的“想象”概括成这么几点:宏大叙事向小微叙事的转变——生活多样性、不同的选择、方式等。还原到具体的语境，还原到“俱身性”来。“俱身性”是一个心理学概念，就是说我们的阅读、思考很多都来自于我们的大脑。但是我们如果真的想了解一个事情，其实特别重要的是你的身体。身体也是你思考的特别重要的方面。俱身性，就是“身心无二”这个意思。你的喜怒哀乐要加入作出判断的过程中去。我举个例子，用锤子打钉子非常容易，但“俱身性”要求，把锤子换成手的拳头，这时先疼的是你自己，你的这种感同身受要加入到传播和判断中去。而不是简单地指责别人，跟你没关系。

实践的政治、经济、文化、语言等构成权力的基础，不单单是传播学，各个学科都面临同样的问题——社会关系网络的日益复杂与社会资本的重要性凸显。就像我们刚才看到的，得人心者得天下，这句话没有变。社会的、文化的资本越来越显现出重要性。情缘、趣缘等组成的小事件、小世界，在社交媒体上主要以圈层传播的，你真是不知道自己是 out 还是 over。所以我特别鼓励我的学生们用自己的方式来表达自己。从最早的 QQ 到现在的语言有很大的变化。我的女儿有一次跟我说，我“人品”不好，我差点跟她“干”起来。在当今的世界，代际之间的沟通非常重要。清华有很多自主创业的，而网络大佬们最不放心的就是他们这些人。微博、微信开启了一个又一个新时代，那么微信之后谁来终结这个时代呢？这些大佬们担心的是，无法防备“子弹”从哪里打过来。

走向生命传播

你可以防备它，实际上你很难防备，还有就是“人微不再言轻”的时代到来了。再有一个就是台前幕后的权力的这种贯通性，就是原来我们只看到台前的这种表演，

但是互联网时代提供了一种可能性，那就是我们能够看到，幕后是怎么运作的，“传播即权力”这句话中的“权力”是指台前幕后的这种权力，要结合起来去看它。那么，再有一个就是“想象”，其实老师已经教不出你这种想象是什么，老师只能够告诉你们，要回到这种体验当中，回到生活当中，然后倡导这种“利他”的这种价值取向。最终，我们要回到的是我一直在试图“结构化”的东西。我们一直在逃逸这种界限的东西，那对于这种“逃逸性”而言，又是什么在支撑我们，一直在生生不息的东西是什么呢？大家都知道，生生不息的就是生命本身，那这个时候我认识到，除了一开始提到的公益传播、公共传播，应当开始做这种对“生命传播”的思考，这个也是我最近写的，给大家念一下，“结构化的理解只能让我们有一个整体的观念，然而结构若无生命，亦无结构。如果你没有生命的话，就不存在结构，生命如果没有结构也无法丰盈，你想想一个死的东西，天人合一与道法自然的尝试正是体现了结构中生命的流动性，不确定性，以及我们看到的那种失控的状态和不确定性。流动性的东西在我看来恰恰是一种生命的气息，这就要求我们必须回到具体、具象、鲜活的人和事当中，少有人能充分感知陌生人的人和事，他们与生活、生命内外之间的张力时刻在发生，个体与整体的疏离也正是在不经意当中所产生的，而这让我们与真相渐行渐远”。

我们离开真相越远，并不是说我们拿起一些逻辑的、概念的、分析的工具，我们就能够抵达真相，更重要的还是要从“我们自身从哪里来”的问题出发，然后去思考这样一个问题。所以，在救赎里面，刚刚我讲到了一个“自我救赎”这样一个概念，我觉得就是救赎过程中生命的姿态，与身心不二、生命的这种姿态，这也是意大利思想家吉奥乔·阿甘本（Giorgio Agamben）提出的一个重要概念“姿态”。“姿态”就是一种生生不息的生命的流动性，你们可以看到真正的思想家追求的是艺术和美学，而我觉得艺术和美学正是能时时打破我们生命中的边界，时时让我们回到“我们应该是什么”的那个原点上面去，时时给我们一种警醒的东西，让我们在惯常的思考问题的这种思路下面给我们一个全新的、甚至是颠覆性的一种思考角度。所以，我一直说做传播学的要学一点艺术和美学，这对我们打开思路非常重要。

我还写了一段话：“姿态也只是一时之超越，瞬际、流变丰盈中感受到生命的力量，而生命犹如天空大地一般，谁也无法逃离对方，虚无与存在也是彼此相依、相克，虚无可能是政治存在的激情恶魔，是人懦弱、颓废的意志逃避。”我一直在跟大家说，其实我们在批判的时候恰恰是懦弱的表现，恰恰是一种逃避，但作为一个学者来讲，当我们简简单单地站在一个批判的角度上，恰恰让我看到的是一种懦弱，是一种自我的颓废。

下面这段话我觉得你们可能很难理解，但是今天我还是要跟大家分享一下，“识性本体为空性，起用空性彰显大智大体，身心不二，觉知一切事物，当体即空。在涵养践履中不灭用不迷体，体用双彰，寻找到拯救自我的力量”。

这是我今天，在来做讲座之前准备的一些思考的片段，我真的特别希望，因为这是你思想的原点，或者是你思想的根本，你们一定要知道思想有多远，其实你们就能走多远，所以，对于传播学的人来讲，要不停地去追问自己，去不断地深入自己的问题，这是特别重要的一点。

我刚才读的这段话来自中国佛教里面的唯识宗，过去我们一直特别推崇的是西方哲学，但是我越来越感到，东方的智慧和思想也是很重要的理论资源。我想给大家推荐中央美术学院徐冰教授的作品《本来无一物，何处染尘埃》。“9·11”恐怖袭击，世贸双子塔倒塌了，他当时在纽约，他把废墟上的砖头啊灰尘啊收集起来，然后展开他艺术的想象，完成了这个作品，用东方的智慧、东方的思想让西方人意识到，这都是粉末，都是灰尘，为什么人类会遭受到这么惨烈、这么悲剧性的一个打击，我们是不是丧失了什么，回到人本身来考虑问题，而不单单用国家的、政治的、政府的视角去考虑问题。这个作品采用的就是生命传播的视角，对传媒人报道社会、追寻真相非常有启发。

2016 年初，我们会在北大开一个首届中国跨语际生命传播思想论坛，借此机会在国内推广一下“生命传播”的理念。我们请来了 MIT（麻省理工学院）的人类动力实验室的主任亚历克斯·彭特兰（Alex Pentland）教授，他是可穿戴设备之父。他做传播学的研究不用传播，不用文字，不用图像，用的是你的脉搏跳动的频次，用的是你们交流说话的频次，通过这个方式来记录的是人际交往，然后再测量这种交往到底有效没效。他有一本书已经翻译成中文了，题为《智慧社会》，限于时间，我就不展开了，大家有兴趣可以找来看看。

结语

最后，我还想给大家简单总结一下自己研究公共传播的心路历程。通过我们的学科、我们的学问，我们是在象征世界中去净化，还是在实践行动中去改变？这是我今天给大家提的最后一个问题，也是我不停地在问自己的一个问题，而且我知道在实践行动当中要更难，因为它除了你的智慧以外，除了要求你的智商以外，还要求你的意志力，

要求你这样一个宽恕力，要求你的这样一种勇气，这是非常非常难的，其实我觉得在很长一段时间，也是处在一种纠结的状态，以前我的同事和学生们说，师老师就是一个宅女，要知道宅女走向外面的社会是多么难啊。2008 年，我开始担任北大公共传播与社会发展研究中心主任，有机会接触公益事业，在这个过程中我恰恰感受到了一种生命的成长和丰盈。因为你有这样一种体验，这样一种实践，所以在读书的时候也更容易读进去了。我现在读佛学的书、尼采的书、海德格尔的书、读福柯的书，以前读的时候，每个字我都认识，但我就是不明白他在说啥，但现在来讲，我就有了很多新的感悟。因此，从公益传播到公共传播，再上升到生命传播，这是我自己摸索出来的学术路径，也希望有更多的同学一起加入。

录音整理：沈晓波、韩博、杨丝桑、李璐、李宁、郑贻丹、王彩臻、卜瑶华

校对：沈晓波

第八讲
媒介与流行文化研究前沿 [1]

◎ 冯应谦

英文名 Anthony Ying-Him FUNG，香港中文大学教授、新闻与传播学院院长、美国明尼苏达大学传播学博士。2015 年入选“千人计划”（国家海外高层次专家引进计划）文化艺术类专家，主要研究方向是流行文化和文化研究，包括性别和年轻人的认同、文化产业和政策以及中国背景下的政治经济传播及新媒介的研究。代表性著作有：*Asian Popular Culture: the Global (Dis) continuity*、《电影产业的发展》《中国的市场、政治、媒介竞争：电视产业中的媒介竞争话语》等十余部。

到清华来希望讲我自己擅长的一个话题，就是流行文化。其实流行文化和文化研究基本上是同一范畴，我到大学很喜欢讲流行文化，为什么呢？多年以前我在美国读大学时做助教，发现有一门课叫“流行文化”（pop culture），那是 20 世纪 90 年代初。我以前从来没听过“流行文化”是什么东西。我毕业于明尼苏达大学，这是美国做新闻传播研究历史最悠久的学院之一，但它居然会有一门课叫“流行文化”。我当时理解流行文化跟新闻学、传播学没有什么关系，后来我发现，很多美国大学对流行文化非常重视，把“流行文化”视为一个非常重要的学科。近年来，以“韩流”为代表的亚洲流行文化引起了广泛关注，亚太地区也成为流行文化研究的前沿。下面我分三个部分给大家做一个梳理。

流行文化如何进入传播学研究视野

如果你读过新闻传播研究的历史，就知道到 20 世纪 80 年代初，定性研究逐渐兴起，

1　演讲时间：2014 年 10 月 16 日。

之前都是定量研究。很多定性研究其实是来源于文化研究的，文化研究是研究一些日常生活的案例，譬如每天穿的衣服，每天去电影院看好莱坞电影。文化研究逐渐成为新闻传播学一个非常重要的领域。并发展成为一个学科，现在在整个亚太地区，澳大利亚已经把流行文化作为一个专业设在新闻传播学院。

20 世纪 90 年代末，我从美国博士毕业，回到香港教书的时候，将“流行文化”设为一门课程，现在也已经成为一门非常重要的课程。年轻一代有多少人会买报纸看？大家举个手，没多少。虽然，影响年轻一代最多的肯定不是新闻，而是他们每天生活状态里面嵌入的东西，也就是流行文化，基本上是日常生活中的电影、电视、游戏，等等。

20 世纪 90 年代新闻传播研究领域还有一个变化，就是跨学科。在这之前，传播学只有很少几个原创理论，包括议程设置、创新扩散，等等。但是到了 80 年代之后，把心理学、社会学、人类学的理论都引入进来，我们看到传播学可以研究的范围是非常广的。

流行文化研究也就是在这种背景下出现的。譬如，青少年不太关注新闻，他们都关注一些生活化的东西。流行文化就是从生活入手，去解读背后的意义。现在韩国文化非常流行，这是传播学者应当关注的。为什么韩国文化在中国很流行？为什么韩国的电视剧可以走出去，在中国大陆和港台地区、在日本都很受欢迎？这是一个政治经济学的问题，也是一个文化政策的问题。

流行文化的方法论大概都来自文化研究，大部分都是定性的研究方向，定量的不多，文化研究的传统都是以定性为主。我们现在看到文化研究的学术期刊越来越多，而且很多都是 SSCI 收录的主流学术期刊。从事流行文化研究的学者也很国际化，除了美国，澳大利亚、中国（尤其是港、台地区）、新加坡的学者在这个领域都很活跃。欧洲的期刊则注重理论探索。新闻也逐渐被视为流行文化的一部分，现在传统意义上新闻学研究的期刊并不多，越来越多的青年学者用文化研究的视角来研究新闻学。同样，原来的“媒介研究”（media studies）的研究视野也得以拓展，成为“媒介与流行文化研究”。

全球化语境下的亚洲流行文化

下面我重点讲讲亚洲流行文化及其相关研究。总体来看，流行文化是通过个人或集体所呈现的文化表征来探索和理解其所蕴含的社会矛盾和意识形态。研究“韩流”，

我们不光看明星，而要发掘其背后代表的意义。K-Pop（韩国流行音乐）有没有听过？《江南 style》风靡全球，背后的意义是什么？我有机会和一些韩国学者去首尔的江南地区看他们的生活状态，那里每个人都过一种很奢华、很资本主义的生活。但是江南地区以前是农村，现在发展成高楼大厦，但贫富悬殊的问题没有解决，中产阶级的生存压力也很大。因此，《江南 style》表面上很欢快，背后是讲社会不平等的问题。但中国的大妈们学鸟叔跳“骑马舞”，你感觉不到这种东西，做流行文化的学者有责任把背后的东西发掘出来。

亚洲流行文化近年来很受重视，欧美学者也很关注。我去年出了两本书，尝试总结亚洲流行文化的特征：一个是延续性；另一个是非延续性。

流行文化在中国出现，在亚洲出现，究竟和全球文化有什么关系，有关系就可以说延续，没关系就是非延续性。从前很多亚洲流行文化基本上是在模仿欧美流行文化，完全没有自己的风格出现。我小时候在香港，大家看的基本是好莱坞电影，那时没有本土流行文化，现在的情况完全不同了。

我举一个大家都熟悉的例子。大家有没有看过《爸爸去哪儿》，你们知道这个节目是从韩国引进的吧？有没有人对比过中国和韩国的《爸爸去哪儿》之间有什么差异？请你来讲讲。

（学生：中韩两版我都看了，韩国的定位很清楚，就是纯娱乐节目，中国版则有一种教导的意义在里面，就是要倡导家庭的观念，培养父子之间亲情伦理。韩国版当中，父子之间的矛盾都可以作为一种“笑点”来加工，但在中国版就放大成教育意义，让电视机前的观众受到怎样做父母的一种教育。）

这位同学说得很好，这就是流行文化研究中的一个核心概念——“本土化”。以前很多流行文化产品都是外来的，比如好莱坞。我小时候看过很多动漫，都是日本的，没有本土的。现在“本土化”是潮流，政府和媒体觉得本地居民应该看的东西，将会把引进的版本改造成为适合本土观众观看的。用学术语言来表达，以前我们能看到很多流行文化的内容完全是“延续性”的，完全拷贝西方，但现在看到很多的则是“非延续性”的。延续性和非延续性之间的区别就在于“本土化”程度的高低。

我们还可以留意一下，中国版的《爸爸去哪儿》除了那位同学讲的教育意义，还有很多商业运作的过程，包含了不少旅游业的“置入式营销”。在韩国，这个节目就是纯娱乐的。有趣的是，中国版当中消费主义的色彩更浓。

过去全世界的流行文化是引进或拷贝西方，现在亚洲的情况完全不一样。韩国是一个很典型的例子，韩国起初借鉴了西方的许多东西，现在已经从“延续性”过渡到“非

延续性”，形成了自己成熟的流行文化产业体系，这种“非延续性”日本也很显著，中国尚处于起步阶段，“非延续性”还不突出。

以前做流行文化产品都是按照西方的模板来的，但是日本和韩国现在已经成为其他国家学习的样板。不仅如此，流行文化还渐渐演变为一种“文化政治”。2005 年世界贸易组织（WTO）在中国香港举行大会，很多韩国农民来抗议全球化贸易冲击本土农产品，但是香港的民众听不懂韩语，也不知道他们是韩国农民。他们的抗议行动在本地完全没有得到关注，后来一个农民在公开场合唱《大长今》，这下一来，越来越多的香港市民开始关注他们。因此，韩国农民是在利用流行文化表达政治上的诉求。

这种“非延续性”一方面，表现为本土化；另一方面，还表现在东西方文化的融合。全球性的文化创意产业体系逐渐成形，很多产品很难说是美国的，还是中国的，或是韩国的，而成为一种全球性文化的体现。例如，《变形金刚》很多镜头就是在上海取景，日本动漫系列《口袋妖怪》（*Pokemon*）在全球发行获得成功，等等。

但我们应当看到，这种文化融合背后是有一套政治经济逻辑的，这就是我开头说的流行文化研究是传播政治经济学的一个重要范畴。好莱坞利用中国场景来吸引更多的中国观众，提高票房收入，这涉及文化输出的问题。这种融合不是随意进行的。为什么不将取景地放在非洲，而是要在中国？肯定是要吸引中国观众。《变形金刚》是一个典型案例，这部片子在海外的票房收入超过美国本土，中国是这部片子最大的“票仓”。

再说《口袋妖怪》。从前日本不会向海外输出文化产品，因为海外市场的收益都很小，所以只看重本土的市场。但《口袋妖怪》很重要的突破是在海外的票房收入远远高于本土。《口袋妖怪》系列最开始只有 100 个左右“怪物”，现在有 300 多个，新增加的那些“怪物”完全看不出来自日本。不管是欧洲人、美国人，都不觉得那是产自日本的卡通片，而是属于全世界的卡通片，所以日本人也会从这个角度去推广他们的产品。这是“非延续性”所导致的全球文化融合的结果。

以前我们会问中国拍的片子能不能达到好莱坞的水平，其实这个问题越来越不重要。过去流行文化一直以来都是以欧美为马首是瞻，但现在好莱坞也会借鉴包括中国在内的各国文化来改良产品。现在做流行文化研究，我们不能完全脱离好莱坞文化，但要关注这种“非延续性”的出现。现在研究流行文化，我提醒学生从两个角度入手：不同国家的文化跟西方文化之间的对话与融合；不同国家的流行文化之间的对抗与竞争。

例如，好莱坞拍的《功夫熊猫》完全取材于中国，好莱坞把这些中国元素拍得很好，

加上好莱坞在全球市场上的强大影响力，所以当你在看完《功夫熊猫》之后，也许你不会再看中国的《喜羊羊》。这证明了什么？从一个文化工业的角度去看，当好莱坞电影工业希望拓展到全世界，会跟区域和本土形成一种对抗、竞争的状态。如果说好莱坞是强势，那本土就是弱势，本土没有能力去生产自己的文化产品来对抗好莱坞。例如，你让小朋友从小开始接触《功夫熊猫》，然后当你再给他看《喜羊羊》的时候，他很有可能会觉得《功夫熊猫》才是真正的中国文化产品，《喜羊羊》对他来说，可能不是中国文化产品，或只是一个比较低成本生产出来的中国文化产品。所以基于文化政策和文化工业来看，越来越多的研究都指出，如果西方跟本地文化处于一个对抗状态，就会影响自我身份建构的过程。因为每天的日常生活和消费行为等都是自我身份建构的一部分。

再举一个例子，韩流在中国大行其道，“都教授”金秀贤也在中国大受欢迎，很多人会模仿他的发型、穿着。这说明从你每天的生活习惯，到价值观、审美观，甚至是你的消费选择，都受到了流行文化的影响。如果当西方文化、韩国文化逐渐成为你生活的一部分，那么，人们的某些价值观也会发生变化，继而导致中国文化的某些方面也会发生变化。

流行文化研究：脉络·方法·理论

下面我再给大家重点讲讲流行文化研究。我将从脉络、方法和理论三个方面逐一梳理。很多人以前只把流行文化视为一种娱乐形式，但其实它不只是娱乐的一部分，它会影响受众的消费习惯和市场趋势，例如说，到哪里旅游、买什么衣服，进而影响到资本的流动。在全球化时代，不同地区的流行文化相互影响，会改变人的生活方式和消费文化。流行文化与消费主义、全球化相互结合，会产生很多有意思的研究个案。

流行文化研究的脉络，其实跟新闻传播学没有本质上的区别，比如说，新闻传播学关注的三个要素：生产（production），也就是新闻的采写；文本（text），也就是新闻报道；受众（audience），也就是读者、听众、观众、网民等。而两者之间的区别在于，传播学着重研究媒体效果（media effects），主要分析新闻或媒介的生产与文本、文本和受众之间的关系；而流行文化研究的则把文化、文本、受众三者之间的关系和影响连接起来，放在更为广阔的社会脉络里去探究，或者是用宏观的层面去考察流行文化对社会的影响。我在开头说过，自 20 世纪 80 年代以来，传播学逐渐采用跨学科的视角，引入了

心理学、社会学、人类学等学科，越来越关注传播对社会所产生的影响。

流行文化的生产研究就是从文化产品的生产过程出发，再延伸到其他各个方面。流行文化研究中一个重要分支是“游戏研究”，它主要研究游戏工业的发展。为什么会选择研究游戏？这是因为游戏当中会创造出新的世界，而这个“虚拟世界”的逻辑和现实世界完全不一样，它既不是资本主义，也不是社会主义。通过每天进行游戏，这个虚拟世界就会影响你的现实生活价值观和逻辑。那么，我们可以从游戏的生产过程出发，探讨它如何影响个人真实的身份认同，还可上升到对国家、民族、性别、阶级等宏观层面的认同。

文本研究就是通过研究流行文化文本——例如，影视作品，分析它对社会的影响。例如，新加坡学者斯蒂芬·张（Stephen Teo）的研究，他对《无极》和《如果爱》两部合拍片进行互文文本分析，由此分析香港和内地的合拍片在多大程度上体现了“亚洲性”或者说“亚洲身份认同”。类似的文本研究越来越多，大家可以从相关的学术期刊上找到这类研究的案例。

我个人比较看重受众研究。我花了很多时间在国内研究周杰伦的歌迷，来分析流行音乐对中国青少年文化的巨大影响。我还对王菲的女性歌迷进行了深度访谈，来探索中产阶级女性如何反抗现有传统的文化规范和家庭观、性别观。受众研究要求长时间与受访者相处和对话，就像当年我研究周杰伦的歌迷，跟着他们从一个城市到另外一个城市，去看周杰伦的演唱会，并通过访谈分析他们喜欢周杰伦的原因及其蕴含的社会意义。

我以前认为，歌迷或粉丝只是一种娱乐现象，但深入研究后却发现不只如此。周杰伦不仅是一位歌星，还象征着一种个人主义的文化，善于把西方的歌曲融合在中国的语境里，同时他的形象呈现也比较个性化，所以他的歌迷会通过消费他的产品，来改变自我的身份认同。

受众研究不单纯是研究媒体、文本对受众的影响。周杰伦的歌迷们长大以后，他们的价值观就形成了主流的社会价值观，也会对社会带来一定的影响。因此，流行文化研究是把生产、文本、受众放在一个更广阔的社会环境当中来进行分析。上海的教育部门曾把周杰伦的《蜗牛》选入教科书，这充分证明了周杰伦在青年一代中的影响力。《蜗牛》讲的是，我们应该像蜗牛那样一步步往上爬，不要急于求成，不管有多大压力也要承受，终会找到属于自己的一片天。这首歌的意义很符合主流社会的意识形态，而当流行文化中蕴含的商业和社会逻辑相互一致时，它就不仅仅是娱乐产品，而会对社会造成一定的影响。

下面我再介绍几个流行文化研究的新趋势，希望有兴趣尝试流行文化研究的同学，可以了解一下这些研究是如何开展的。

第一个趋势就是文本和话语分析。文本分析（textual analysis），以及基于文本的话语分析 (discourse analysis) 依然是研究流行文化的主要方法。但这个文本分析跟传统传播学的文本分析不一样，流行文化研究不只是研究文本，而是重视研究文本和整个社会语境之间的互动关系。在研究文本的同时，也会与受众进行深度访谈，或以民族志等方法去理解文本的多重意义。传统的传播学文本研究，只需要坐在办公室里，研究文本当中出现的数据或符号就可以了。但要研究流行文化就需要走出办公室，因为流行文化研究重点关注的不是我们自身对文本的解读，而是要了解受众对文本的不同解读以及与之相关的语境。例如，《白宫风云》《越狱》《24 小时》等美剧可以归纳成为一个主题——美国政府背后的阴谋。这种文本和话语的出现，其实就是源于美国政府和公民之间的一种对抗关系，美国人民总觉得政府掩盖了很多秘密，也不向他们公开。以传统的传播学文本研究方法，你可能不会发掘到它背后的意识形态。但通过与导演、受众的深度访谈，你就会发现，西方是重视个人主义的社会，当政府的力量愈来愈扩张，公民就会觉得自己受到了操纵，这种深层的意识形态都会在美剧里反映出来。这些发现正是从文本和话语分析中得出的。当你想了解一部美剧蕴含的意义，就不能从旁观者的角色去看，而是要“代入”美国当地人的身份去进行分析。

第二个趋势就是民族志（ethnography）。这是一种需要长时间与研究对象相处的研究方法。举一个例子，2013 年，学者里卡多・坎普斯（Ricardo Campos）发表了关于街头涂鸦的论文。如果只把涂鸦拍下来，然后在家里研究这个涂鸦其实是完全没有意义的。而这个学者就深入里斯本的涂鸦画家社区中，每天晚上跟他们接触，了解他们画涂鸦的原因，分析其背后的社会意义。学者斯科特•拉什（Scott Lash）和希里娅•卢瑞（Celia Lury）等人提出了“追踪客体”(following the object) 的方法论。他们认为，跟随着研究对象，记录他们的行为，才是值得提倡的研究方法。拉什在中国演讲时，就强调要研究中国的政治、或是流行文化，就要走进现场去调查和记录。

以前传播学研究往往采用单一的研究方法，像政治传播，就会用问卷调查的研究方法；研究媒体暴力内容对青少年的影响，就会用实验的研究方法。但在当今的流行文化研究当中，单一的研究方法并不太有效，所以就会提倡多种方法的结合。例如，我对周杰伦的歌迷进行研究时，不单会对歌曲的内容进行文本分析，同时会研究他的演唱会是如何制作的，也会研究他的粉丝在“消费”了歌曲和演唱会后，对其身份认同所产生的影响，最后再对他们的反应进行话语分析。因此，流行文化研究越来越趋向

于多种研究方法的相互结合。

除了研究方法的变化外，流行文化研究也出现了理论的演进。第一种理论是，从前要研究流行文化，就只有法兰克福学派。而法兰克福学派就是把所有的流行文化都进行尖锐的批评，但好像没有什么具体的结果。而在近五年的流行文化研究领域中，法兰克福学派的理论也日渐式微。这是因为法兰克福学派对流行文化的批评还停留在"福特 (Fordist) 模式"的文化工业时代。现在,传统的文化工业演变为"文化创意产业"，研究当下全球化、资本化的文化创意产业的运作逻辑、机制、特征和影响都需要一套完全不同的概念和范式。不是说不能去批评流行文化，流行文化仍旧有很多值得批评的地方，但从现在看来，单单靠批评已经不能满足研究的需要。

第二种理论,就是现代性 (modernity)。现在各国的文化创意产业都会有一个参照系，就像是中国学习韩国的，而韩国以前也是学习西方的。而现代性的概念并不是单一的，在不同的地区有不同的内涵。例如，台湾地区因曾受日本的殖民统治，因此他们的产业会比较倾向于学习日本的生产模式。现代性理论认为，一个国家在现代化的过程中会主动向另一个更为"现代"的国家学习。欧美发达国家曾经是包括中国在内的许多发展中国家在现代化过程中学习的对象。现在，"韩流"风靡亚太地区，在全球也产生了一定影响，许多青少年就会把韩国作为一个现代性的"指标"。现在很多流行文化的研究也是以"韩流"为参照系，去分析亚洲流行文化的发展和自身的影响。韩国外国语大学（HUFS）的学者赵阳翰（Younghan Cho）最近发表了一篇论文，他结合韩国文化创意产业的发展，从市场经济学角度去解释，当一个国家经济地位提高，现代性程度和流行文化的水准也会随之提高。

第三种理论,是从社会学引入的"社会资本"（social capital）理论。什么是资本呢?过去人们普遍认为,钱就是资本,没钱就没有资本了。但现在有能力的不仅是钱的问题，是一种社会资本（social capital）的问题。如果你认识三教九流的人,就算你没有多少钱，但是你可以组织一个朋友圈来，发声也好，搞活动也好，这样也可以产生影响力。因此，在现代社会，能力不仅仅是有钱的问题，其根源在于你跟其他人相互之间的一种关系。一个人可以没有钱，但是他可以在一个社会运动里同时叫 100 个人出来，这是他所具有的社会动员的能力，这就是所谓的 social capital。社交媒体时代，社会资本和文化资本的重要性更加凸显。如果你有 5 个朋友，你的影响力就很小，但是你有 5 万个朋友，你的影响力就很大，虽然你可能没有钱，但是你的 social capital 是很高的。

流行文化也是社会资本的体现。韩剧风靡亚太,很重要的原因是注重讲家庭的伦理、家人和朋友的关系，等等。我们通过对电视剧的一些研究，可以看到不同国家、不同

社会的 social capital 产生影响的方式也是不同的。除了这三种主要的理论，还有不少学者用后现代理论来解析一些流行文化现象。此外，批判理论在流行文化研究中也有广泛的运用，这里就不详细讲了。

现在的流行文化研究融合了不同理论、方法和脉络，是一种融合性的研究。现在研究中国的流行文化，你不能完全限于中国，因为中国的流行文化也受到欧、美、韩、日等国家和地区的影响。换言之，研究一个国家的流行文化，不能只看这个国家本身的状况，同时也要关注它所受其他国家和地区的影响。从这个意义上说，流行文化是一种全球化的现象。从学术意义来看，流行文化的研究扩展了传播学的视野。过去做传播学研究，你只要找到了一个明确的研究方向，然后再用图书馆就能进行研究。但是现在对于流行文化的研究，你必须走出去，用不同的研究方法找到你要的答案。从这个意义上说，流行文化研究已经成为当今传播学研究的一个重要的领域。

提问环节：

问： 您刚才说的《功夫熊猫》和《喜羊羊》，您觉不觉得《功夫熊猫》按批判学派的理论来看可能是一种文化殖民，我不知道您在这个流行文化的视角审视下，如何看待西方文化对我们的一种侵入。虽然熊猫是中国的代表性符号之一，但反而是美国人，制造了一个风靡全球的“功夫熊猫”，那么我们现在创造出来的动画形象，就像您刚才说的《喜羊羊》等这样低水平的动画形象，我们想跟您探讨一下，我们到底该如何去做，或者您是不是认为这是一种流行文化的正常现象？

答： 除了《功夫熊猫》，迪士尼还有一部中国题材的《木兰》，花木兰本来也是我们中国民间传说中的人物，后来好莱坞把她改编成了动画片。好莱坞的优势就是多元文化，收世界各地的不同元素，然后变成自己的故事比如《阿拉丁》，是中东的故事;《狮子王》是非洲的传说，等等。以前从研究的角度，学者喜欢写些批判的东西，批判好莱坞的文化 / 媒介帝国主义。但是，我们这一代学者更愿意从积极的方面来看待好莱坞。20 世纪 80 年代，批判文化 / 媒介帝国主义是学术界的主流，而现在的学者，不会完全从批判的角度思考。他们为什么能够做到这一点，这跟他们背后的 social capital 有关系。为什么美国能把中国、东南亚、阿拉伯、非洲等各国各地区的元素都能够做成自己的，来影响全世界？单纯批判的路径过于狭窄了，如果能够理解这一切背后的意义，对理解当今媒体传播的现状更有帮助。我以前教研究生课程的时候，让大家看文化 / 媒介帝国主义的书，但是我现在很少用这个词了，取而代之的是让大家看现在西方最新的研究成果，我觉得做研究

引入不同的角度很重要，单纯依赖一个角度是不客观的。

问：我原来也做记者，我一直很想写的一个题目就是香港无线电视台（TVB），我觉得TVB是一个很奇怪的地方，在香港这么自由的地方，演员却拿着非常低的工资，按月薪来发，并从事非常重的劳动；但是另一方面，香港虽是在中国最早接触西方的一个地方，但是传达出来的价值观是非常单一的，不像西方那么多元化。比如最近放的一个上百集的电视剧就很典型。所以我很想知道，在香港社会中占主流的价值观到底是什么？

答：我觉得TVB在香港是影响力最大的电视台，它的影响力跟中央电视台在内地是一样的。最近，我发现内地的电视市场走向多元化，地方省级卫视与中央台相互竞争，但是在香港只有TVB一家。它为什么会只有单一的价值观，因为缺乏竞争环境，以前还经常会看到TVB的节目卖到大陆去播出，像大家看到的金庸系列剧等，但是现在就越来越少，内地拍的金庸剧比香港还要好，我为什么还要买你的呢？没有竞争力使得香港人没有选择，只能看TVB，价值观越来越单一，它没有办法走出这个框架。最近它们开始播出韩剧，大概也是期望有所改变。还有一个问题是，TVB从来没有以青少年作为主流受众，它所传输的都是传统价值观，对青年一代没有影响力，这也是TVB需要改变的。

问：您讲到了“本土化”的问题。好莱坞为了进入中国市场，主动加入中国的元素，但很多人担心好莱坞进入中国会不会导致中国本土电影的衰败。另外，“韩流”的全球影响力越来越大，是跟它本身的经济不断发展有关系。随着中国经济的发展，中国流行文化的对外输出也会越来越活跃。我们也就不用对国外文化的入侵变得越来越敏感。您怎么看？

答：我刚才用好莱坞的事例来说，其实好莱坞在希望改变中国市场的同时也在改变自己。中国的娱乐生产现在还没有达到这个水平，但是我相信有一天中国也可以做到。不可以说好莱坞就属于美国，中国电影就属于中国。迪士尼乐园最早在美国出现，但是日本、巴黎、香港地区、上海的迪士尼都各不相同，这也引出了媒介资本（media capital）的概念。所以我觉得，未来谁能够主导全球的流行文化，答案不属于某一个国家，因为流行文化本身就是一种全球性的融合文化。

录音整理：满玥、陈建凤、欧浩贤

校对：赵涵漠

第九讲
传播学经验研究的策略与理论建构[1]

◎ 邱新有

江西师范大学学报杂志社社长兼总编；传播学院二级教授、博士生导师；江西省中青年学术带头人；香港中文大学高级访问学者；华中科技大学兼职教授。研究方向为传播理论、中国社会政治传播等。主要著作有：《多维视角中的村民直选》（中国社会科学出版社，江西省优秀论著二等奖）、《村治中的宗族》（上海书店出版社）等六部，在《新闻与传播研究》《现代传播》《当代传播》《新闻记者》《国家行政学院学报》《华中师范大学学报》等期刊发表论文50余篇，曾主持完成国家社会科学基金“国家农村政策与乡村社会稳定关系研究”和“信息稳定视角下的政府、媒体与民众三方良性互动模式研究”两项。

压力比较大，我是抱着学习的心态来的，在清华讲方法非常忌讳，清华是大家比较仰慕的学府，全国一流，在这里讲方法有点班门弄斧。但是既然是来学习的，就跟大家探讨一下。刚刚李彬老师用“别开生面”来形容讲座，我可能压力会更大，所以，期望别太高，否则会失望。那就尽我所能，就我这些年来做研究的心得，把我在研究过程中所碰到的、所面对的现象和自己看到的新现象或者说新发现，跟大家做一个交流，然后在这个基础上，重点给大家讲一个案例。

国内外对方法论的讨论

我特别用了这样一个题目：“问题与方法：经验研究的问题策略与处理技巧”，这主要是考虑我们这样的小学校，做大理论做不来，以调查研究为我们之根本。平时在学

1　演讲时间：2012年11月12日。

院里特别强调，要做调查研究，尤其是对年轻老师，还有包括我本人在内这样从社会学转过来做传播学研究的学者，理论功底上有欠缺，以团队合作做调查研究可能会好一点。

讲这样一个话题，我们还是按老套数来吧。看一下从方法的角度有哪些人做过什么，包括国内和国外。在方法论上我尽量从文献的角度来讲，也许大家都比较熟悉，所以，点一点。如果光从文献的角度来讲社会科学研究方法，涉及的比较多一些的学科是政治学和社会学。可能大家心里会嘀咕，传播学就不讲方法？可能也讲，但没有一个人能从传播学学科的角度专门研究方法论问题。更没有人提及创新的方法。记得曾经写过一篇传播学史源考的论文，文章提过传播学的研究方法是借用其他学科方法的观点。可能有我自己孤陋寡闻的一面。

然而，社会科学的发展水平在很大程度上取决于方法论的成熟程度，关于社会科学方法论的探讨，比较集中在政治学和社会学两大学科中。单就政治学方法论来讲，在中国经历了一个从革命理论到建设理论的范式转移。大致从方法论、规范取向和实证及经验取向三个方面展开。

大家可能比较熟悉，这个我想不赘述了。我想推荐一本书，叫《规范与实证的政治学方法》，是中山大学郭正林与肖滨两位教授主编的书，一个研讨会里汇集起来的论文集，书中对方法探讨比较多。在这个领域中也有将质的研究和量的分析结合起来，香港中文大学的李连江博士就有此主张，他曾在一次讲座中提到过混合研究方法。纵观这个学科，走过了从单一到综合的路径，也是这个学科在方法论上的发展趋势。

我们来看看社会学。对社会学感兴趣的同学可能都清楚，社会学研究方法的争论表现在几种研究模式之间的对立，即资料的来源、整理和分析、成果表述和应用的形式等方式或程序的原则等问题上的争论[1]（袁方，1997，66）。主要集中在两个方面：一是，不同方法选择的理由，即如何去发现“真实性”的问题；二是，不同方法所获得的资料的价值评价，即解释了什么“意义”的问题。在争论过程中，双方都有充足的理由来指责对方。一方认为做问卷只能产生表面的、无理解力的“数字垃圾”[2]（Filstead，1970，vii）。社会学家只有通过与研究对象的相互作用或分享其经验，才可获得有感情

1　袁方、王汉生主编：《社会学研究方法教程》，北京，北京大学出版社，1997。

2　郭大水著：《社会学的三种经典研究模式概论——涂尔干、韦伯、托马斯的社会学方法论》，天津，天津人民出版社，2007。

的理解[1]（贝利，1986，45；Berg，1995，7）。另一方反驳对方：如果被研究者的公开回答与私下行为不一致怎么办？或者说，观察员在不能保证自己是观察对象局内人的情况下，又如何能证明所获得的资料不是自己任意建构的呢？从方法论的高度寻找他们对立的根源，巴比说这是"单一与完整""定量分析与定性分析""归纳与演绎"三个二元论的对立[2]（Babbie，1998，42）。也有人将其理解为科学与人本导向的对立，即所谓"是企图从自然科学中寻求方法导向与从人本科学中寻找解决方案导向的对立"[3]（吉尔茨，2000，7；莫兰，2001，8）。国内学者陈向明则认为是"本质与现象"的对立，他将其形象概括为"核桃模型"与"洋葱模型"[4]（陈向明，2000，23）。其实在社会学发展史上长期存在"解释社会学范式"与"理解社会学范式"的对立[5]（郭大水，2007，2）。

如果大家曾做过调查就会知道，被调查者经常会说假话来应付调查者。所以香港城市大学的一位专家在讲他的方法的时候讲道：在调查过程中，调查者和被调查的对象实际上是一种智慧的较量，调查者用什么样的方法把对象的资料挖出来，要动脑筋，不动脑筋就会被敷衍，尤其是去农村调查，其实他们都非常聪明，一般都是跟村干部打交道，有时候稍不留神就被他们忽悠了。所以在这种情况下，更要紧的是动脑筋，如何确保他说的和他表现出来的内容是一致的，这个非常关键。

在社会学和人类学方法论研究领域，有两个重要人物跟大家提一下。一位是台湾地区的学者李亦园，我们现在提倡用人类学的方法去做传播学的研究，在定量研究方面，他提出了"有控制的比较研究"，变量太多的情况下一定要挑几个主要的，这对提高定量分析的可操作性很有指导意义。另一位是清华大学的孙立平先生，在质的分析研究时，他提出了"过程—事件"分析法，该研究的策略是力图将所要研究的对象由静态结构转向由若干事件所构成的动态过程，强调任何研究策略都不可避免地会涉及描述与分析两方面。描述的任务是再现，分析的任务是解释，"过程—事件"分析法的特点是建立在一种动态叙事描述风格基础上，通过历史性和动态的描述揭示事件的"隐秘"，从

---

1 贝利：《现代社会研究方法》，许真译，上海，上海人民出版社，1986。

2 Babbie, Earl. *The Practice of Social Research,* 8th edition. Wadsworth.Co.,New York,1998. 转引自郭大水著：《社会学的三种经典研究模式概论——涂尔干、韦伯、托马斯的社会学方法论》，天津，天津人民出版社，2007。

3 格尔兹：《地方性知识》，王海龙等译，北京，中央编译出版社，2000；莫兰：《社会学思考》，阎素伟译，上海：上海人民出版社，2001。

4 陈向明：《质的研究方法与社会科学研究》，北京，教育科学出版社，2000。

5 郭大水：《社会学的三种经典研究模式概论——涂尔干、韦伯、托马斯的社会学方法论》，天津，天津人民出版社，2007。

而超越一般性的因果关系揭示。这个方法非常管用，比如，研究焦点事件，一定要把事件的整个过程了解清楚，用描述展示背后的隐秘。

问题概念的界定及其分类

一项具体的社会科学研究开始于对研究问题的选择[1]。然而，“提出一个问题往往比解决这个问题更重要，因为解决一个问题也许仅是一个数学上或者说是实验上的技能而已。而提出新的问题、新的可能性，从新的角度去看旧的问题，都需要有创造性的想象力，而且标志着科学的真正进步”。[2] 由此，能不能发现问题、会不会选择问题、选择怎样的问题、如何处理问题等，是一个社会科学研究者必备的一种能力。做经验研究时，每一个社会科学研究者有必要主动思考研究问题在哪里、并寻求问题处理方法与技巧。

日常生活中，人们经常说这个问题那个问题，似乎人人都知道什么是问题，但事实上每个人对于问题的理解与认识往往是千差万别的，甚至是大相径庭的。究竟什么是问题？其实难以定义。我查了一下词典和辞海，没有让我很满意的表达，所有的教科书也都没有做这个方面的表达。在汉语词典里对问题的回答或解释是题目和需要研究讨论并加以解决的矛盾、疑难以及事故或意外[3]。英文认为作为名词的问题是“问题、难题、待解决的事情、疑问、怀疑等”，作为动词的问题是“询问，提问，怀疑”[4]。上述中英文的解释都是基于语言学的维度，而且用词语解释词语，仍然没有表达出到底什么是问题。今天讲问题方法论，当然要对问题概念进行逻辑定义。所谓问题就是社会事物所表现的各种现象与人们对这些现象的预期之间的差距。社会事物表现出来的各种现象为事物的初始状态，而人们对此是有预期的，事物的初始状态与人们的预期状态之间是有差距的，这个差距就是问题。比如，我们刚走进教室来灯是没有亮的，我们对这个灯是有预期的，即它应该是可以亮的，当你打开开关，且灯亮了，说明现象与预期没有差距，这个灯没有问题。但如果开关打开了，灯没有亮，说明现象与预

---

1 风笑天：《社会学研究方法》. 北京，中国人民大学出版社，2002。

2 [美] 爱因斯坦：《物理学的进化》，上海，上海科学技术出版社，1962。

3 中国社会科学院语言研究所词典编辑室：《 现代汉语词典》，北京：商务印书馆，1995。

4 [英] Arley, Gray & Dela, Summers、谢文英、何欣标：《朗文英汉双解词典》，北京，外语教学与研究出版社，1995。

期有差距，也就是说这个灯有问题。经过检修，灯亮了，这时差距没有了，问题也就解决了。

说到这里，我们有必要先给问题进行分类。根据问题的表现形式可以将其分为正常问题和非正常问题。所谓正常问题，是指符合一般事物发展规律，在社会事物中表现为常态生活逻辑的问题；非正常问题，则是与一般社会事物发展规律和社会事物相悖的焦点性事件。根据问题价值的重要性，将其分成研究问题与日常问题。我们将有价值、意义大的问题称为研究问题；将现实生活中没有什么价值，意义不大，不值得研究的问题称为日常问题。

对不同问题的处理策略

做研究要有问题意识，尤其是做经验研究，对问题处理更要讲究方法和策略。我的策略就是将"正常"问题"非正常化"，将"非正常"的问题"正常化"，将个案研究推向深入，从中找到研究的切口。

那么切口在哪里？在现实社会生活中，存在着大量的尚未解决的问题，但是要从中选择一个有着明显研究需要和较大研究价值的特定问题，也并不是一件容易的事情[1]。如何发现问题、选择值得研究的问题，与研究者个体知识结构和理论素质以及平时学术积累有关。这里有一个核心概念是知识错位，研究对象与研究者之间的知识结构出现一种现象，即研究者对社会现象表现出一种惊讶，而研究对象对这种惊讶表现出一种反惊讶。知识错位点即是问题的切口。

我们来看一个例子。在农村见到新娘挺着大肚子结婚的现象，感觉很诧异。可是，当地人认为："大家都这样，这有什么好惊讶的？"通常意义上，农村的思想相对保守，先怀孕后结婚，理应是违背了传统道德的，现在为什么大家都认为理所当然，当事人也很坦然地披婚纱而不会觉得难为情？难道是农村里的道德观念发生了裂变？在该个案中，充分体现了研究者的问题意识，他敏感地发现了问题，并能在研究者与当地人不同的知识结构中，由于知识错位的存在，发现了该研究问题的价值。

这是一个正常问题，我们往往会想为什么不按《婚姻法》去登记？怎么可以婚前同居？但农村里的人就不这么考虑，这样一来，正常的问题经过《婚姻法》的认定为

1　风笑天:《社会学研究方法》，北京，中国人民大学出版社，2002。

非正常，研究者进一步研究同居现象的背后原因就容易进行了。首先，进行关联思考。找出研究对象对正常问题思考的逻辑差别在哪里。为什么当地人会认为“这有什么，我们这里人都这样！”我们要将迷惑作为知识切口，迷惑来自“知识错位”，我们感到“非正常”现象，而生活在此村庄中的村民却觉得一切都很“正常”。其次，是将人们通常认为“正常”的社会现象“非正常化”，将“常态”生活现象进行“问题化”处理，即放在一个知识背景中去理解可能就有问题。最后，将“问题化”的社会现象与其他现象联系起来考察，找出让人们感到一切都很“正常”的社会“常态”生活逻辑。这里的方法策略主要包括共时性的横向拓展和历时性的纵向深入。再如，詹姆斯·斯科特在马来西亚的小村庄里调查，发现了很多很有趣的现象，其中包括作为弱者武器中的隐藏的话语等政治传播现象。

还有一种就是正常的方法，对焦点性个案研究，即平时我们说的“突发性”事件，要从“非正常”事件的过程进行深入调查，找出问题的深层原因，把焦点性事件放在一个常态生活逻辑中分析，使问题走向“正常”化。处理策略是把典型个案研究不断深入，使焦点性事件的解决方案走向一种普遍的应用层，走向一种“正常”。杨村故事（参见《现代传播》2011 年第 12 期）和 F 市的连环爆炸案研究都是采取这样的策略。

研究问题的来源

我们研究问题就要想问题的来源。根据我的个人经验，主要是有三个方面：

一是，问题来自对现实生活的调查，比如杨村的调查、抚州爆炸案调查、宜黄拆迁事件调查；

二是，问题来自个人的经历，有些案例不是每个人都能经历，比如清华现在很多博士会被派到基层去当副县长什么的，这个经历就是作为局内人的宝贵经历，我的八都村的政治生态研究就与我当时做副县长的经历分不开；

三是，问题来自相关文献，其实创新往往需要有大量的阅读，因为，只有围绕主题进行大量的阅读，才能站在最前沿。我在看完《叫魂》之后加上自己的思考和以往自己的研究积累，设计了一个新的国家基金项目“互动传播：政府、媒体与民众三方的博弈模式研究”，成功立项。

经典个案：杨村故事与实证研究相关的一些方法介绍

接下来我以杨村为个案，介绍一下我在研究中是怎样从个案中提炼概念和理论的。在讲的过程中，顺便会说说进入调查现场的一些策略和访谈过程中的一些技巧。

1. 故事梗概

杨村故事讲的是两个村庄，即黄村和杨村发生械斗的故事。杨村村委会以杨姓为主，占了村里大部分人口，黄村是一个小村庄，是个杂姓村庄，而杨村绝大部分姓杨，只有两户是杂姓，即邱姓和俞姓。两村之间关系一直很好，通婚率高达 30%。但随着时间的变化，人口越来越多，黄村周围都是水田，人口扩张后没地方建房子了，于是黄村想在争端地建房。争端地是块约十亩地的荒山。据当地居民介绍，此地原属于杨村，很多年前，与杨村有亲戚关系的黄村人在这里种起了菜，因两个村庄关系非常好，杨村人没有去干预。后来，黄村有人想在这块地上建房，杨村就不同意了。于是，引起了纠纷，一开始是按一般性的山林纠纷，此地反正是没有什么经济价值，双方没有把它当回事。随着国家的政策出台，要明晰山林的权属关系，两个村就开始为此打起了官司。第一次法院判给了杨村，上诉后法院改判：一村一半。两村都不服，上诉后，法院又判给了黄村。杨村不服，又上诉，高院发回中院重审。可能是黄村关系比较多，公关力度比较大，终审时，最后法院将此地判给了黄村。黄村就拿着国家判决的文本在这里开始建筑房子，但杨村不干，对建房进行现场干预，双方打了起来。这次打架，在现场的杨村人不多，只有几个老头子，所以，吃了亏。这几位老头子哪里受得了，回到村里就召集乡亲开紧急会议，开始动员，并要求外出的人都回来，约好 8 月的某一天再打一次。这次杨村做了周密的准备，开了很多会，制定了一系列的政策和约束措施。黄村也做了充分的准备，自制炸药，还在水田里放了木板钉子。那天，杨村人分三路到现场，一路沿水田，一路绕山路，一路走公路。结果沿水田的那批人被钉子板堵回来。最后整个过程只有十几分钟，一会儿工夫，遍地是尸体，当场死了 8 位，重伤 10 多位，打得非常惨烈。其实，公安当天早上就到了当地，但等打完了才到现场，抓了一些人，有些人看到公安来了就逃走了，现在还有一批人出逃在外，有家难归。可能中央有规定，死 3 人报省里，超过 3 个人报中央，所以他们做了策略处理，说当场只死了 3 个，后面 5 个是在医院抢救不成病死的。最后判决也很对应，3 个“斩立决”，另外 5 个死缓，10 多个判有期徒刑 3 年到 7 年不等，大概就是这样一个过程。

故事讲完了，同学们脑子里会形成什么样的问题来？我们在调查的过程中发现一

个非常令人惊讶的问题，就是这座荒山没有什么经济价值，面积也只有十亩左右，但是杨村人特别在乎。对黄村人来说，随着时间的推移，人口不断在增长，村庄周围全是水田，要做新房子，必须到 300 米外的公路边，也就是争端地，要不就得用良田，这是生存空间的问题；对杨村人来说，这块地是杨家人的龙头，叫“龙脉”。农村很讲究风水，你在这里种菜没有关系，但是如果要盖房子，这里的菜也没有了、草也没有了，羊是要吃草的、吃菜的，如果你们把这地做成了房子，杨村会有灭顶之灾，是生死存亡的问题。

2. 入场策略

很显然，这里有一个风水话题在里面。当我们遇到敏感话题进入现场调查时，要讲究方法和策略，不然进不了现场。我们在进入杨村前，联系人将我们的调查目的直接告诉朋友，结果进不了现场，在当地城里硬是待了一个上午，后来急中生智，换了个研究主题。说到这里，顺便给你们讲讲调查入场的策略。在《黄河边的中国》里，曹锦清先生就谈过 3 种进入调查现场的模式，即官方介绍、朋友招呼，还有一种就是直入现场。我在这个基础上曾经给学生讲过另一种方法，就是不告诉对方真实身份，直接进入现场，相当于私访。我把它叫作隐藏身份的策略。比如说，我们去一个基督教堂调查，就是以一个信徒身份去参加过礼拜，这时我就隐藏了身份。

杨村故事告诉了我们一种新的入场方法，我把它叫作主题变更的入场方法。现在农村都在搞新农村文化建设，既然杨村是关于风水的研究，风水也是一种文化现象，所以，就以新农村文化建设研究为主题进入杨村。当时乡党委书记听说是做新农村文化建设研究项目的，就非常欢迎我们，我们很快进入现场。有关这种变更主题的策略具体有两种：一种是，具体问题抽象化；另一种是，敏感问题中性化。今天因为不是讲入场的策略问题，这是另一个话题，所以，这里就不展开了。

进入现场后，还有访谈技巧问题。我在跟书记交流过程中，开始先是以“文化”建设主题跟他谈，从新农村文化谈到农村亚文化，再到风水文化。慢慢地把话题引导到因风水之争引起农村山林纠纷的问题上来。类似这种纠纷案在当地比较多，当我把话题引导到风水问题上来后，那个乡党委书记就特别来劲，他讲在当地就因为风水之争曾发生过比较大的械斗。这时不要放松，接着问：“是吗？怎么回事？说来听听。”这位书记口才很好，然后一个多小时，他一口气把杨村故事给我们完整讲了出来。

3. 相关问题

好，现在我们再来看一下，这个案例会引起我们什么样的思考？

首先，我们会问为什么这样一块没有经济价值的荒山会引起那么大的争端？这是农村的风水文化问题，一个非常值得我们关注的话题。对杨村人来说，如果没有这样一块地，将有灭顶之灾。调查过程中，我们了解到很多动员都是采取这样的方式和切口来做的。

其次，为什么一般性的山林纠纷会转移到拉锯式的官司，这就是中国法律无法回避的一个问题。同样的一个事实，4 次不同的判决，却有如此不一样的结果。就是我们必须思考中国的司法公正和自由裁量的问题，不仅重要，而且太值得研究了。如果是搞法律的，那这个村庄的案例是非常值得我们去关注的。

再次，是民间法和国家法冲突的问题。这个问题，北大法学院朱苏力教授谈得比较多，但他都是以文艺作品来分析的。比如说《秋菊打官司》，还有《窦娥冤》等。我现在很少看到以实际生活案例来谈这个话题的。这个案例比较典型地告诉我们，民间法和国家法是有冲突的。国家法最后判给黄村，但是民间法又告诉我们这里有一个民间规则，杨村人告诉我们："这块地本来就是我们的，我们是要依托于这块地来生存的，如果在这里做成房子，那我们就没法活了，可能面临灭顶之灾，那我们绝对不干。"故事告诉我们，不能简单地说国家法大于民间法，要看具体情况。

最后，集体行动的逻辑与"搭便车"困境的问题。故事告诉我们，两个村庄一旦打起来都会死人，至少有人会受伤。但为什么这两个村庄会这么积极地参与到械斗中去？他们又是如何克服"搭便车"困境的？

概念提炼

以上这些话题先搁在这里，因为是传播学前沿讲座，主要考虑传播学的问题。那么，这里会有什么样的传播学问题。下面我们从传播学角度思考一个话题：多种情景叠加的概念是怎么提出的。

我们先来思考几个特别的观察点：

第一，村民为何不顾性命地去参加这次械斗？这要从一般性动员和人际传播角度，重点思考人际劝服技巧和相关问题。刚刚故事讲得比较粗略，我们整个故事已经有 7 万字的调研报告，这是当时一个跟我三次进村的研究生整理的，他把整个打斗的过程，

怎么动员，以及这其中的规则：参加的给多少钱、不参加的最后给不给分成、受伤以后怎么看病、死了人以后怎么抚养他的后代等都整理在硕士论文里了。这其中有很多技巧，需要我们去思考。

第二，村民是怎样克服“搭便车”困境的？这里需要考虑的就是信念与信仰的问题。我们回头看一下历史，当时中国革命，特别是共产党领导的革命，当时都知道参加是要砍头、掉脑袋的，但是毛泽东是怎样让农民参加斗争、抛头颅洒热血的，“只要主义真、砍头不要紧”，这样的一些话题，与信念和信仰有非常大的关系。在这个村庄里应当怎样思考那些组织者是如何克服“搭便车”困境的？

第三，就是从传播学的学科路径，即从人际传播的角度来思考人际劝服技巧的问题。思考一下，如果用经典的 5W 来解释杨村的人际传播现象，是否能解释得通。我们知道 5W 理论没考虑反馈，它是单向度的传播模式。5W 理论也没有关于情境的元素。所以，后来的布雷多克在 5W 的基础上加了两个 W：一个是传者的意图；一个是传播的情境。然而，即使用布雷多克、甚至用托马斯的情境理论也无法解释杨村的现象。因为在杨村的案例中，情境如果作为一个整体，是解释不通杨村现象的。杨村故事告诉我们，情境应该分层，即情境在这里是有层次的。下面来看一下如何理解这句话，然后看看该如何超越托马斯和布雷多克。

情境这个概念是托马斯在《旅美的波兰农民》中提出的，这是一本非常细致的研究专著，里面对情境的概念做了比较透彻的讨论。他特别强调社会因素和环境因素对人们行动的制约。加芬克尔也认为场景是社会行动的一部分，场景和行动本身一样是社会成员通过努力构成的一种成果。那么通过这样的理解，我觉得他们说的这种抽象的情境到底如何影响人们的社会行为，没有给出让人信服的分析。所以，我们要根据杨村案例本身展示出来的现象，来探讨关于人际传播情境的问题。

在人际传播过程中，我觉得应该对情境做一下区分。我把它分为三种层次：第一个是宏观情境，第二个是中观情境；第三个是微观情境。那么如何表述呢？怎么去理解呢？我把国家政策的变迁理解成宏观情境，把村庄或者是当时当地的社会结构和文化网络理解成中观情境，把具体的人际传播场景理解成微观情境。杨村的故事告诉我们，这样的案例之所以会发生，跟国家当时的“山林政策”调整有关系，国家的政策会影响乡村社会的稳定，这跟我做第一个国家社科基金项目谈到的国家政策与乡村社会的稳定是有关的。那么，在这个问题上就不能单纯地理解政策的变化与乡村社会稳定之间有函数关系的表达模式，而要以具体的案例看具体有何影响。杨村的故事告诉我，本来这两个村庄求同存异，这块地也不是什么了不得的地方，你非要给他明晰山林权，

那么，本来没有争端的地方现在就有争端了。如果有资源可能就要做处理，比如资源如何分配的问题。但是像这个地方就不一样，因为他是直接要在这里建房子，同时要明晰山林权。其实，当时还没有要做房子一说，而是因为山林权属政策调整而发生官司。所以，在这个问题上，政策的调整是直接的因素。

现在我们来进一步分析，情境做了这样的划分后，它又是如何综合影响人际传播的？是不是在任何案例中都有这三种情境？是不是都会以情景叠加的方式影响人际之间的劝说行为、劝说内容和劝说效果？我认为是有的，只是平时没有认真地去思考。其实，我在其他案例调查中发现有类似现象，杨村故事比较典型。于是，这里可以升华：任何一个人际传播都可能会受到这三种情境的影响，而且是以多种情景叠加的方式出现。正是因为有了叠加式的影响模式，才使村民不顾一切地参加械斗，才使他们克服了“搭便车”的困境。当然，我们反过来说，一个概念的提出，尤其是在一个村庄里提炼出来的概念肯定有它的局限性。其推广的价值有多大，是值得思考的。故事的过程确实比较详实，特别是在大会、小会上如何劝说。比如说，谈到这样的村庄开会，杨村的村长要求大家去，但是有的人就打退堂鼓，想“搭便车”，并提醒村长：“这样干会死人的，你们要好好考虑”。结果马上有人站起来说：“你不去，你怕死，将来这个宝地被别人争走了以后，那就不是一个人死的问题，而是全村都没了的大问题。”一个老人家说得更动情：“年轻人啊年轻人，我已经 80 多岁了，马上要入土为安了，对我来说可能没什么，但是对你们后生来说就不一样了。如果你把祖业都让人家争走了，将来我们有灭顶之灾，那个危害就不是我的问题，而是你们的问题。”当然他是用土话说的，说得非常在理、非常煽情。当时，想“搭便车”的人一下就被感动了，效果极好，外地打工的一个不留都回来了。最后，杨村 18 岁以上 60 岁以下的男人全都上了。整个过程中还有很多生动的故事，但是时间关系我就不一一展开。如果大家有时间可以去看一下那篇硕士论文，故事讲得很生动。在此材料基础上，改写成一篇符合学术规范的论文，并在《现代传播》2011 年第 12 期发表了。

理论建构

前面讲了概念如何提炼，现在用一个案例来说说理论如何建构：我的末梢理论和信息稳定影响社会秩序的四维分析框架。

从前面的概念到问题方法论这样的表达可能不是太严谨，有待进一步完善，暂且

作为一家之说吧。我在这些年里做的一些作品，包括丰城 2000 年“8·16”事件，我估计大家可能知道这件事。中央电视台第二套节目就播了一次，说是要“跟踪报道”，因为各种原因，也没有跟踪报道。这个事件是怎么回事呢？一个乡里农民看到一本杂志叫《减负手册》，是我们江西农委编的一本小册子。那个小册子实际上是一本杂志，以增刊的形式把历年来党中央、国务院发的文件汇编成册，然后，封面上有朱镕基总理的照片，还有朱镕基的语录，叫“尚方宝剑”，很有煽动性。这样的一本杂志印了 10 万册，10 块钱 1 本。很快，丰城市不少老乡拿到此书。他们看到内容以后发现，多年来一些款都是不应该交的，然后，几个人就要到乡政府去理论，要乡里返还不该交的款。后来乡长就说，今天不行，有事，约了 2000 年 8 月 16 日那天。刚好那天又是当地集市，这几个人到乡里以后发现乡政府里一个干部也没有，他们就非常气愤。带着一起去的和周边邀的农民把乡政府的门、窗、床板还有锅碗瓢盆洗劫一空。这个事情一下就传到其他乡里。后来波及到四五个乡，先在本乡里闹，后来又一起闹到市政府里了。当时江西省的两位领导，尤其是书记亲临现场指挥，没有办法解决。后来请求中央到附近调武警才把这事平息。外界评论是农民暴动，但是最后给的结论是农民集体上访。

好，现在我们来看看这个案例可以从哪些角度进行思考。

首先思考一下：“为什么国家政策是好的，到了农村就不好了？”这是我们在农村常常听到的一句话，我们一听就觉得和传播学有关，有什么样的关系呢？这是讲政策如何传递、在传递过程中信息为什么会缺失？那么这个问题如何分析？可以从组织传播、媒体传播和人际传播三个角度进行。

一是组织传播，就是政府制定政策后，将政策从上到下传到基层的过程中为什么会有信息缺失？组织传播链的角度是马克斯·韦伯的科层制分析模式。马克斯·韦伯以为政府是有层级的，每级政府都是由人组成的，而人是本位的，每级政府都会考虑本级政府利益。所以，符合本级政府利益的就让你往下传，不符合的就要考虑截流、考虑堵截、考虑变通、考虑擦边球，等等。我把这些现象理解成组织传播链终端的“末梢现象”。

二是媒体传播，面对国家农村政策，媒体缺位也是非常严重的。中央台只有一个 7 频道，还是跟军事频道合的，对农村几乎没有什么报道。即使有报道，也是很宏观、很一般性的。农民根本没有办法了解中央减负政策的具体内容。所以，媒体传播链的断裂是国家农村政策不能下传的又一重要原因。

三是人际传播，人际之间的传播出现什么问题呢？在这里，我使用了精英的位移来表达。什么叫精英的位移？就是在农村，有点能耐的人，或者叫农村社会的精英，

都外出打工了，留下来的老弱病残，文化水平低，农村政策传到他们这里理解是有局限的。所以精英的位移是人际传播链断裂，导致农村政策信息缺失的又一原因。

然后，我们来思考另一个问题，即信息传播的稳定问题。无论是政界还是学界，理解信息传播主要是从信息保密角度讲信息安全问题，我对信息传播则从稳定角度讲"信息稳定"的问题，即信息在社会上传播过程是怎么影响社会秩序的。国外有本书叫《信息的社会层面》，我想大家都看过，是约翰•布朗的著作，这是传播学领域里的经典。这本书的分析维度是从量的角度来考虑信息传播问题。关于量的维度可以从两个方面来理解：一是量少；二是量多。

量少讲的是信息饥饿，量多意味着信息爆炸。特别是互联网时代。学者胡健做过一个研究，从新媒体角度分析信息流量大而导致社会不稳定的问题。约翰・布朗则是从量少的角度，分析信息饥饿状态下出现的社会问题。按布朗的理解，信息饥饿状态下会出现超稳定的社会现象，超稳定的社会现象是不稳定的前夜。依据这样的分析，我理解丰城"8・16 事件"，实际上很多政策信息就是因为被截流，农民对国家农村减负政策信息出现饥饿状态。然而，有关减负政策信息农民知道了，就会很快传播开，出现信息爆炸现象，所以，超稳定现象是不稳定的前夜。

但是，信息传播现象非常复杂，不是简单地从流量一个维度就可以理解的。在此基础上，我从信息传播影响社会秩序的四个维度进行分析，提出了流量适中、结构合理、内容客观、时效适宜，即在布朗提出的流量分析的基础上，提出了另外三个分析维度。比如说，中央电视台经常报喜不报忧，或者有一阵子，《焦点访谈》天天报忧不报喜，天天揭露社会阴暗面。实际上这就是信息传播的结构问题，就是说流传过程中信息结构要合理。如果天天播正面的信息，人们会认为这个社会很好，时间久了，会减低人们的社会抵抗力，一旦看到不好的信息，就会非常不适应。如果天天播负面的信息，人们会对社会失去信心，因此，结构合理是非常重要的。这是我分析的另外一个维度。还有两个维度，即内容和时效。这两个维度比较好理解，这里不展开，可以看拙作《信息稳定影响社会秩序的四个维度》(参看《国家行政学院学报》2009 年第 5 期)。

最后我想说的是，李老师和同学们的期望值太高了，我可能会让大家失望。好在这是一个学习的过程，有不完善的地方我们留点时间交流，我也可以从中学习学习。

提问环节：

李彬教授：邱院长，我刚想到你说的丰城事件的案例，主要是信息饥渴导致的。突然

发现被农民发现中央政策是这样的，然后层层的科层机制截流或者变通。但是从传播的角度讲，电视或者报纸的信息应该是比较充分的。

邱新有教授：那个是假象，电视或报纸上的信息，都是宏观的，人们无法了解具体内容。因为电视也好，报纸也罢，不会把相关政策的具体文本刊登在上面。所以，电视经常播要千方百计减轻农民负担，但具体到底怎么减，人们是不知道的。所以，丰城农民，也就是丰城乡的老百姓拿到具体政策文本以后，比如，文本条款中说只交百分之几，这都是具体内容。比如一年的收入是 1000 元，交 5%，这就很明细了，这样就有个基数问题。

李彬教授：那你这个研究能不能得出这个结论，就是比如上报给国务院总理这一级，说这些文件直接登在比如像《农民日报》上行不行，别让它通过层层的科层的截流。

邱新有教授：如果能这样当然好。但事实上，媒体是缺位的，刚刚因为时间关系，我的分析没有展开。这是组织传播链中的问题，就是科层制度模式中的"末梢现象"。还有一个就是媒体传播链中的缺位。不光是中央台，因为中央台播的是通而泛的内容，中央台没法具体。但是，即使是《人民日报》《农民日报》，也从来不报道具体内容，而且它们的版面也没法全登上。所以，我理解媒体的缺位是导致国家政策、信息在基层缺失的重要原因之一。平时说的好政策传不到下面，这就是农民经常说的"为什么政策这么好，到了农村就不好了"，就是因为媒体的缺位。还有人际传播过程中精英的位移，就是有点能耐、有点文化的人都走了。你给剩下来的村民宣传政策，他们都听不懂。为什么会出现这样的问题？政策传播没有到位，即使到位，只是一知半解的理解，当具体内容出来了，很快就由信息饥饿一下子到信息爆炸，最后导致对信息本身的不理解、不消化，所以产生了社会的不稳定。

刚才提到了结构的问题，还有一个维度就是内容。内容的不真实，或者可能没有具体的内容，也是影响社会稳定的重要维度。还有一个维度就是时效。这里有一个故事，本来我是没想到这个维度的。当时中央电视台的记者柴静，播了一期江西高招的迷局。《新闻调查》把这期节目都做好了，一些民办高校假借自考来招正规学生，以为后面可以拿到统招指标，到毕业快到了，学生发现自己实际上还是自考生，于是找到相应部门理论，并提出相关问题与要求，当时教育厅领导很重视，拿指标来平息了这件事。柴静把整个过程了解到了后，做了《高招迷局》节目。本来当时在解决的过程中直接

播放出来也就没事了，但等到这件事解决完了以后半年过去了才播，播了以后那些学生就觉得是不是还有什么问题？本来都平息了你又播是不是还有什么迷局？所以，又跳起来，且不仅仅是一所学校，像服装学院、蓝天学院、长江学院这些民办高校都有动作。闹得很大。所以，信息传播的时效是非常关键的。一个信息到底什么时候公布、播出来好，时效要恰到好处。提前不行，推后也不行。

问：邱院长，您关注农村，关心农民，我也觉得这个问题特别值得研究。我听了之后也觉得挺敬佩您的这种人文关怀的。具体地您刚才提到了您用了孙立平老师的“过程—事件”分析法。其实我对这个研究方法也很感兴趣，然后您说这个研究方法对您的研究也影响很大。您说用了之后效果很好，具体哪部分用了这个方法，这个方法是怎么体现的？我想具体了解一下，作为我以后研究的一个范本。

答：这个问题提的非常好，谢谢！

我们刚才讲到的杨村故事和丰城“8·16事件”，实际上就是按照孙老师的“过程—事件”分析法，先把整个过程做一个白描，白描的一个好处就是它可以像讲故事一样，那么，在故事中怎么提出概念，怎么提炼理论？比如，我做的项目“国家政策和乡村社会稳定关系研究”，一般而言直接讲国家政策的调整会影响乡村社会稳定，这个是很简单的一个道理。如果是这样去做这个研究，那么这个研究就没有价值。但是如果是按照孙老师的方法，必须从案例中来，这样的好处是什么呢，通过讲故事，对故事的来龙去脉就清楚了，这个过程让我自然地会想到如擦边球、变通等现象，即所谓的“末梢现象”。

例如，某一政策文本，原文有规定：作为乡长，按规定必须原封不动把政策文本念给村里的村民听。但实际上乡长们又不可能这样做，因为，这个减负政策如果完全传达下去，那就会非常麻烦。所以，在传播下去之前，乡长就会考虑一下，如何才能对他有利。于是，那些对他不利的部分，他就会考虑怎么去变通，因为解释权在他那里，这时往往不需要中央直接来解释的。那他怎么解释呢？文本不给你啊！这里就有一个背后的故事。比如说，农民负担5%，这就有一个基数的问题。那你这个一年的收入是多少？你可以上报人均1000块钱，也可以上报人均2000块钱，这里面的水分是非常大的。大家都知道，基层上报当地的人均收入，这里的水分是很多的。所以在这个时候，5%到底乘以什么基数？那就由乡长自己说了算，然后他再给农民解释。这个故事如果不讲出来就不知道，如果讲出来了就形成了一个现象。根据这一现象，就可以把它提炼出来，形成“末梢现象”的一种，这就叫作政策变通的解释。

还有一个“擦边球现象”。擦边球是什么意思呢？某政策文本有个死规定，但在这

一政策执行过程中，我稍微做一些调整，大的方面一致，有些细节上做些调整，这就叫打政策擦边球。在我做研究的过程中，有很多这样生动的故事。

还有就是，当这个文本是对乡镇政府直接不利的时候，索性就截留，这也是“末梢现象”之一。

我刚才讲到杨村的故事，我是怎么从过程中提炼多重情境叠加概念的，其中，关于三个层面的情境是怎么提出来的？微观层面好理解，两个人在具体交流过程中的交流环境。但宏观情境不太好理解，这就是国家政策层面的情境，如果你不看故事文本，你了解不到国家政策的文本和政策发布过程所带来的村庄间的问题。在故事的材料里面，国家山林政策一出来，然后大家就纷纷来划清山界，就是各村庄间的山与山的界限，让村庄之间的矛盾从此开始出现。故事的过程明显地凸显国家政策因素，国家政策层面上原本在人际劝服过程中没有显现出来的因素，这时明显显示出来，这就是宏观情境。我们在讲人际传播时，一般情况下很可能会忽略这个层面。但是我在调查过程中，当把这个故事整个讲出来后，这个层面的因素显示得很直接，于是，多重情境叠加的概念从此建构出来。其实，现实生活中，这种现象比较普遍，比如说，我们在这里进行交流，也有三种情境，且叠加式地影响我们今天的讲课效果。这时，我们更多地会考虑这个课堂上的氛围，而根本就不会考虑国家这个层面上的宏观情境因素。国家这个层面上是什么呢？是活跃校园学术氛围的相关政策，这里没做具体的调查和考证，所以，制度文本或者政策文本是什么？具体内容我现在无法告诉你。但是，这里肯定有这个因素。还有就是清华大学校园里的学术环境，这个是中观情境。第三个层面就是今天课堂上的具体情境。所以，一堂好课，师生之间的课堂教育传播效果是受多重情境叠加影响的。

我刚才特别说到，这个方法好在哪里呢？通过完整的故事的展示让我们发现正常的这样一个话题也好，非正常话题也好，可以看到背后的现象，然后通过背后的现象进行概括提炼，这是这种方法的好处。

我做的大多数案例都是采取这样一种模式的，直接从理论到理论用纯粹的文献表达的较少，一般来说，我们自己做调查也好，或者是我带着学生去做调查，我的要求都是先把故事了解清楚，先用白描的方法把故事完整讲述出来，然后我们再看一下这个故事可以提炼出什么。我最近特别讲到一个案例，这是我在 2011 年带着学生对某村进行村委会换届时做的一个调查。在调查过程中发现一个有趣的现象，当我把这个故事讲完会清晰地发现村干部为了自身的利益而进行“双向把关”的现象。村干部是介于政府和村民之间的信息中转站。他面对底层上报上来的信息，对他有利的他会上传，

不利的他可能截留不传上去，然后面对上面传下来的信息，对他有利的他会传达下去，对他没有利的，就不传下去。我把这个现象叫“双向把关”现象。针对这一现象，我们可以建构一个理论命题，即传者利益与人际传播“信息内容差”有关系。那么根据这个故事，我们可以通过多个案例把“把关人”理论向前推进一下，即在中国经验的基础上，超越已有“把关人”理论，在传者利益与人际传播“信息内容差”的关系理论命题下提炼“信息内容差”概念。

问： 邱老师，请教一个问题，在您的问题概念里，问题是客观的还是主观的？或者换句话说，当说到问题，它是一种客观存在呢？还是靠主观来界定？

答： 这个问题非常好！我刚刚特别说了，我在做这个问题概念的时候，可能也是一时的动念，在这个概念提出的过程中，没有考虑得那么复杂，包括我们在讲的过程里面，那个同学提到一加一是否等于二这样的数学问题，其实这里也是有预期的。你刚才问到的这个问题，是一个非常好的问题，同时是一个我没有考虑得非常清楚的一个问题。但是我想：任何一个社会事物所展示出来的现象，和我们对这个社会事物的预期之间的差距，我们要对这个现象进行判断，都有主观因素在里面。我们所看到的客观现象，是社会事物所展示出来的现象，这是客观的。那么，它跟我们的预期到底有多少差距？或者说差距的情况是怎么样的？这是带有主观判断的。很多现象与预期之间客观上确实有差距，你的判断也证实有差距。但也有可能是这个差距是你主观臆断出来，这个预期带有明显的主观因素，所以，往往会出现真命题和假命题的问题。也就是说如果你的预期和表现出来的现象所呈现的差距是主观臆断的，那你提出来的命题就有可能是一种假命题。

你的研究到底是真命题还是假命题，要根据你研究的过程去下结论。开始可能是一个真命题，而且你这个判断可能确实是有差距，所以你就投入精力下去。但是也有可能你的这个命题是个假命题。举个例子，比如说，我们在讨论民主化程度和经济的关系。很多人都会以为：一个社会的民主化程度和经济发展程度是有密切联系的。但我认为这个问题需要慎重思考，你如果不慎重，就有可能是一个假命题。我马上举一个例子，比如沙特是全世界最富有的，但大家都知道沙特是一个专制集权的国家。那你怎么去判断经济发展和民主化程度呢？我想得出结论总是考虑美国太多了，美国经济发达，所以它民主化程度高。而中国的经济不发达，所以中国是集权。做研究不能想当然，这个问题与我们的预期和主观判断有直接关系。正是因为这样，我要告诫大家，对任何一个话都要谨慎去表达。上面的这个命题它可能是有关的，但绝对不是正相关的。

问：邱老师，您好！我是今年来清华的访问学者。我在做一个国家社科基金的课题：藏区手机的民族志研究。刚才我听了您的杨村故事，这也是我在教方法论的课的时候一个很大的疑问。就是您提了六个问题。实际上前面五个问题我们都可以把它归到人类学、社会学、民族法的范畴，只有最后一个问题学科归属特别明确，所以我就此有两个问题想要问您。

第一个问题是，我们作为学传播学的人研究乡村问题，我们如何明确我们的学科特征？第二个问题是，像"过程—事件"分析法可能社会学用得更多，比如说对于事件的深描可能人类学用得更多。我们的学科优势何在？

答：这个问题问的是方法在不同的学科相通性使用的问题。我觉得：做任何研究，都不能把学科界限划得太清楚。传播学不太讲究研究方法，因为从创立时候开始，这个学科就是在借助别的学科的方法来开展研究。当然，社会科学的方法本来就是相通的。面对当今传播学发展出现困境，我觉得更当作些跨学科的研究，刚才沙博士特别提了这个问题，这个问题提得好，那么怎么才能提高学科优势，怎样显现学科特征和创新？我以为有两点特别重要：

第一，增加阅读量。因为阅读量大，尤其是就你的研究主题阅读量大，才能站在学术最前沿，才有可能在前沿的基础上提出新的问题来，这是第一要务。

第二，做调查研究。国内传播学界不太做调查研究，创新程度很低。就刚刚我们老师特别问的，我们的学科优势在哪？从目前情况来看，我们学科几乎没有优势，因为我们的学科很少有人思考这样的现实问题，大多数学者喜欢跟在老外背后做重复性的研究。所以，真正要学科创新，必须在拥有大量阅读的前提下，站在学科最前沿，再通过观察现实世界，尤其是要深入社会做调查研究，才能发现新问题。面对新问题，如果你关注的前沿是传播学，已有的传播理论又不能解释这个现象，如果你能就此现象提炼新的概念，建构新的理论，或者用你自己的新的分析框架，那传播学的学科优势和学科创新自然地体现出来了。我现在所关注的，也是我最纳闷、最痛苦的，是我们这个学科在社会科学里没有地位，很少有人去做调查研究，创新程度当然很低。

创新程度很低，说明大家还停在译介阶段，大家还处在同一个起跑线上，同时说明研究的空间会很大。总之，要创新，必须做好两个前提：第一，关注前沿，即增加前沿阅读量，掌握前沿学术动态；第二，关注社会现实，即通过社会调查，发现社会现实的新现象，通过对新现象进行提炼，发现新的知识，建构新的概念和理论，这就是创新。有了创新，学科优势自然就会体现出来。

问：邱老师您好！我觉得您的研究非常有意义，而且研究成果非常有价值，但是我想

了解一下，您的已有研究成果和您未来的研究成果转化问题。比如说，您的这些研究报告是仅仅在学术界进行传播，还是能够通过有效渠道进入政策制订的环节。

答：做学问的意义不仅仅是在文本本身，更重要的是，它的意义是为社会的发展、国家的兴旺发达来服务。有了这样的一个价值取向，你做研究的时候很自然地会去关注，当然我们不是做幕僚的那种研究，更多的是关注我们国家的发展。那么在治理的过程中有什么具体的问题，有一些是微观的，有一些是宏观的。我早年做的一个作品，就是关于中国农村宗族的问题，当我刚刚去接触学术界的这些话题的时候，学术界几乎是一边倒的观点，说中国宗族非常糟糕，必须打压。当我在调查完之后，特别是在村委会换届选举的过程中，所看到的真实，不是学术界所看到的一边倒的意见。我看到的是宗族在村级治理的过程中有它积极的一面。比如说，我们讲中国的民主化进程，宗族在中国农村基层的选举中，它到底是起破坏的作用还是积极的作用？那我通过观察发现，宗族介入选举中，它可以激活选举。它可以使死气沉沉的选举变得更有竞争性，就是没有竞争的一种局面，因为宗族的介入，使竞争更加激烈。

当选举不激烈的时候，选举缺少民主性，没有民主性最后得到的是什么呢？下次来选谁都可以去当，可是有竞争性则意味着你当不好下一次就要下了。所以，我认为宗族介入村庄选举，可以激活选举，使民主的程度更高，那这可以从正面去理解，因为宗族的介入，可以使农村选举更加有意义，将来如果不好好干的村干部，就会被选下去，从这个角度我们认为宗族在村庄选举的过程中，这个价值是体现出来的。

当然我不能说我的研究直接影响了国家政策，至少我可以说间接影响了国家政策，或者我可以说，我的研究被民政部的一个官员发现了，他看了以后，写了一个豆腐块放在《人民日报》上，披露了我们关于宗族研究的一个新发现，表述了这样一个价值。因为宗族的政策主要是从民政部出台，现在，我们基本上看不到国家相关文件里有打压宗族的表述。可以肯定地说这没有直接的关联，但至少可以看出我们做了研究之后，陆续的有这样一些表述。

问：我很关心的是，大家都是做信息传播的，您的有价值的信息如何传达到有关部门当中。

答：我之前做的都是村委会换届选举的论文。所以，当民政部门召开重大会议，都会邀请我去参加。《村委会组织法》的修订都是全国人大组织人一个省一个省做调查研究，到各省去征求意见。调研人员到各省，包括我们江西，一般都会邀请我参加。在这个会上，我简要地说了一下我的研究成果，还把我研究的一些表述向他们作

了介绍。法律委员会的主任在召开完会议后还把我留下来，私底下进行了一些交流。当然，这种交流到底起了多少作用，到底他吸纳了多少？只能说我们参与了这项工作吧。

李彬教授： 我听了您的问题之后，也是有感而发，再补充两句。我再针对本课程的教科书《清华新闻传播学前沿讲座录》中我的一个讲述做一些阐释，《学术何为，前沿安在？》对这个问题，我讲一点我个人的粗浅的体会。简单说就是一个静态意义，一个动态意义。

学术研究的静态意义在于历史与逻辑的有机统一，这是它的静态意义，做得好的研究一定会使历史和逻辑达到完美的统一。动态意义就是解释世界与改造世界。不仅要解释世界，更要改造世界。

刚才开场前，我卖了一个关子。我说我们今天请了一个很别致的专家讲一个很别致的话题，别致在哪里呢？现在我想揭晓谜底。

我觉得邱院长今天报告的主题是问题和方法，抓住了要害，很有意思。讲座刚开始，我还没有搞明白他到底要讲什么，问题和方法听起来很抽象，但听完整个报告后，真是心有戚戚。

首先，说问题，这也是我们反复提到的。前一段时间，上海《新闻记者》杂志的主编刘鹏老师在给我的邮件中，专门提到了这个问题，他说现在的来稿，特别是学生来稿，问题意识太差。许多研究都是概念的拼凑，自娱自乐，没有触及到研究的话题。曾经有一位学者，他把学术研究概括为四个等级。首先最高的等级叫以事说理，也就是拿事来说理，或者说，拿问题来说出你的道理。这是最高境界的学问，我们还可以用“实事求是”这样的说法来印证。不仅做到了历史和逻辑的高度统一，而且做到了解释世界和改造世界。“丰城事件”和“杨村事件”都是这样的例子。其次叫以理说事，就是拿一套现成的道理来解释事实。我拿哈贝马斯的道理来解释。再次是理事分离。要么是就理论谈理论，从理论到理论，从概念到概念；要么就单纯说事，就事论事；最后是既没有理，也没有事，既不说理，也不说事，一上来方法先行，在研究没有确定问题的前提下，先凭空拿出一套方法。

今天我们从邱院长的讲座中可以体会到什么叫作科学研究的方法、鲜活的方法，而不是教科书上的、死的、所谓僵化的方法。邱老师特别提到了孙立平老师的“过程—事件”分析法。应星的博士论文很好地体现了这种方法，他用这种方法做的博士论文《大河移民上访的故事》，我在去年新生入学教育中特意向大家推荐。如果你光看论文文本，可能你会以为你在看小说，从头到尾，跌宕起伏，扣人心弦，惊心动魄，一波

三折，完全像是一篇报告文学，或者小说。所有的理论分析是放在注释里面的。这是一个比较典型的案例。

由此，我想到了另外一种特别重要的方法。在学术界有一本影响特别大的著作《作为方法的中国》，它是由日本的思想家沟口雄三所著，收录在他的文集中，最近由三联书店出版。书名看起来比较拗口，在此，我向大家推荐，如有兴趣可以阅读。

今天邱院长关于问题和方法的研究虽然结合的是他本人所做的具体案例，请邱院长来，最重要的是向大家提示了治学的一种新的方向、一种境界：中国问题、中国意识。无论我们做什么研究，关注什么话题，这都是非常重要的。所有被我们视为经典的西方理论都是基于西方特定的情境，虽然对我们有所启发，有很大的借鉴作用，可以刺激我们思考问题，但是真正的理论和思想还是应当基于对于自身问题的把握以及对于自身现实的关注。随着中国的发展和崛起，中国问题已经成为全世界最受关注的热点。全世界范围内所有有学术抱负的学者，无论来自哪一学科，都对中国高度关注。如果他能把中国的研究做好，那么他的研究一定有影响力和世界性。比如经济学，有很多西方的经济理论拿到中国来并不适用，无法解释中国的问题。如果从中国的发展中提出一套经济模式和理论，那就有获得诺贝尔经济学奖的可能性。新闻传播学亦是如此，如果你能从现实里面发现问题，提出有价值的思想和理论，才能成为具有普适性的理论。我们可以由此联系到我们常说的文化自觉和学术自觉等概念。我刚才所说的也是我在《学术何为，前沿安在》一文中所要阐述的主旨。邱院长在今天的报告里提到很多很有启发性的概念。由于时间关系，他没有能够展开。让我们再次对邱院长的报告表示感谢。

录音整理：张伟杰、叶珊、孟冬雪

校对：张垒

第十讲
重塑公共外交[1]

◎ 王　坚

美国南加州大学公共外交研究中心主任、安南伯格（Annenberg）传播与新闻学院副教授，主要从事公共外交和战略传播领域的教学、研究和咨询工作。他曾任职于麦肯锡公司，并在普度大学和香港中文大学执教。主要著作有《中国的软实力：公共外交与传播》（*China's Soft Power: Public Diplomacy through Communication*）和《国外广告在中国：全球化与本土化》（*Foreign Advertising in China: Becoming Global, Becoming Local*）等。

今天很高兴再次来清华与大家交流。我今天准备讲三方面的内容：首先介绍一下我所在的美国南加州大学公共外交研究中心的一些情况，然后给大家梳理一下公共外交研究领域的五个前沿课题，最后再结合我自己的经验给大家谈谈如何开展公共外交研究。

首先我来介绍一下南加州大学（USC）的公共外交研究中心，本中心成立于 2013 年，是世界上最早进行公共外交研究的学术机构之一。从很多方面来看，我们中心的工作也体现了公共外交这一领域的发展动态。研究是我们的核心工作，我们也做很多联系大众的活动。因为我们相信，大学的重要使命之一是教学研究要产生一定程度的社会影响。因此，我们从 2005 年开展培训项目。由于我们在教学科研和公共服务方面所取得的成就，2008 年 USC 公共外交研究中心荣膺美国国务院颁发的一个专为公共外交领域设立的奖项。

大多数光临我们中心以及浏览我们网站的人都在美国。但现在我们发现更多美国以外的人也对此领域感兴趣了。过去几年，中心不断发展，资源不断丰富，现在已经成为了全世界公共外交领域学者和不少从业者必去的地方。这就是为什么我想把我们

1　演讲时间：2013 年 12 月 13 日。

的中心推荐给你们。如果你们想在公共外交领域从事研究，我们这里有最全面的在线资源。不论是专著、论文还是研究报告，几乎所有英文出版的关于公共外交的材料，你们都可以在这里找到。所以我大力推荐你们利用那些资源。

我想要强调的是，我们坚信这不是一个美国的研究中心，它是面向全球的。这一点从我们研究课题的种类就可以看出。如果你们浏览我们的网站，uscpublicdiplomacy.org，你们会发现有很多部分是关注中国的。去年我们也曾出版了一本与中国相关的电子书，书中不仅有研究文章，还有一些涉及中国公共外交的博客。今天，我们还上载了一篇皮尤研究中心负责人的专访，就提到了美国人、乃至全世界如何看待中国。所以说，我们的中心是面向全世界的。

除了我们自己开展一些基础性研究外，我们还开展资助研究，就是我们为世界各地的研究者提供支持。感兴趣的可以申请。我们有两个项目：一个是补助金计划，我们提供资金帮助你研究，同时你有一些义务，比如，定期在我们中心的网站上发表博客和发表研究成果，每年我们有六个项目，因为每年发放三个补助金项目，每个项目长达两年。今年我们选择的三个项目中，两个是关于公共外交在各国发展的状况调研。其实竞争相当激烈，只有 10％的申请者能获得资助。另外，我们现在又开始了一个新的项目，是论文大赛。如果你是博士生，而且正在写和公共外交相关的论文，你就可以申请，我们可以为你提供一些进行田野调查的资金。

我刚刚说过，我们中心的宗旨是推动公共外交领域的理论与实践。当然，现在对于公共外交的概念还有一些争议，大家把很多事情都归为公共外交范畴，那么，我们到底应该如何定义公共外交。我们中心倾向于广义地理解“公共外交”这一概念，这是第一点。第二点，我们坚信研究与实践之间的联系，因为公共外交本身就是一种实践。公共外交涵盖的范围很广，无论做哪方面的研究，都需要引入实践。而对我们中心来说，我们不仅仅是为了学术界的同行留下深刻印象，而且还要让我们的研究产生一定的社会影响力，这一点也很重要。

第三点，由于研究中心是以大学为根基的，我们的一项使命便是培育新一代的公共外交从业者，所以，我们很重视如何为未来的公共外交从业者提供更多的技巧和能力培训，从他们中间培养公共外交行业的领军人物。

每天在我们的网站上，你可以看到我们精心挑选的 5 ~ 6 篇全球范围内关于公共外交的新闻。你可以知道在美国、欧洲和中东当天发生的相关事件。我知道大家不会每天阅读，所以我们还编辑了一本周刊，你们可以注册阅读我们的周刊。我们每天选取的新闻报道，一年下来可以积累大约 2000 篇相关报道。从 2013 年起，我们还要评

出全球十大公共外交事件，邀请数十位全世界的知名学者来参加评选，清华大学爱泼斯坦对外传播研究中心是我们的合作伙伴之一，我们很荣幸邀请贵中心的执行主任史安斌教授作为中方专家参加我们的评选（详见附录）。

除了编选新闻报道，我们还定期发表博客，提供公共外交的案例研究，我来举两个与中国有关的案例，上周我们发的博客关注了横扫菲律宾的台风“海燕”。一旦某个国家遭受自然灾害，国际社会都会予以帮助，这也是公共外交的重要手段。因为中菲之间存有一些外交上的争议，很多人会关注中国为菲律宾提供了多少援助。我们的案例分析聚焦于中国通过及时通过外援，来开展与菲律宾的公共外交。还有一篇关于中国在南部非洲设立孔子学院的。因此，对公共外交感兴趣的同学可以从我们的网站上找到很多值得深入研究的案例。

我们刚刚还开办了图片区。可以直接用一些视觉文件来讲故事，或者讨论公共外交。我们还有一些活动和会议，可能你们无法参加，我们会上传一部分影像到网站上供大家使用。

未来我们中心的网站将会更加注重用户体验，我们将提升搜索功能，让大家更为便利地搜索各类话题和文章。而我们也将在全美范围内收集所有开设公共外交相关课程的教学计划，用户可以看到各位教授正在教一些什么内容，你们就可以看见他们正在读一些什么书和文章，课堂上关注哪些话题等，给同学们提供更大的信息量。

我想更多强调一下中心所做的调研工作。过去的 10 年间，我们做了很多的研究，也在追踪公共外交领域正在发生哪些变化。更重要的是，我们在思考接下来的 10 ~ 20 年在这个领域将会发生什么变化？国际关系的发展走向是怎样的？公共外交如何适应这种变化，等等。基于这些考虑，我们正在设计一些研究课题，更重要的是鼓励对公共外交有兴趣的学生和学者共同探讨这些话题。

同时，我也知道现在网站并不是最主要的传播渠道，这从人们如何接触到我们的内容上就显而易见——有 50% 的人是通过网站接触到我们，其余的 50% 是通过其他渠道，如 Facebook，Twitter 等。因此，我们也在加强“数字营销”，包括在中国的新浪微博、微信等平台开设账户，等等。

我们也在加强培训项目，比如，每年夏天开办的为期两周的“公共外交研讨班”，对全世界的学者和学生都开放。同时，我们也要充分利用网站和社交媒体平台与大家共享资源。不论你在哪里，你是谁，只要你对学习公共外交有兴趣，你就可以到我们的网站上查文献、听讲座。

接下来，我想介绍一下公共外交研究当中关注的五个前沿课题，涉猎很广泛。这

些课题都是我们认为在未来需要重点关注和深入研究的。

第一个课题是“软实力的提升”。这是一个多极的世界。与以往相比，世界体系正在发生快速的变化。中国、俄罗斯、印度和印尼等新兴国家的经济都在崛起，在世界体系中的影响力和话语权也在增加。它们也都积极开展各种形式的公共外交，加强自身的软实力建设。这对于国际关系而言意味着什么？这些国家的公共外交实践和手段，以及对软实力的概念的理解，是在复制过去美国和英国的模式吗？我们发现了哪些新的变化和哪些新的开展公共外交的办法？

举例来说，中国在孔子学院上花了很大的功夫。我们该如何让包括孔子学院在内的文化外交平台更加有效地发挥作用？中国是不是在做一些和英国文化协会（British Council 或简称为 BC）一样的事情？或者说，孔子学院正在开辟一条如何开展公共外交的新路子？孔子学院用了不到 10 年时间遍布全球，而 BC 和与之类似的法国文化学院（IFC）则用了 80 ~ 100 年才做到这样。所以说，仅仅 10 年孔子学院就基本完成了全球布局，很不可思议。通过对孔子学院的研究，我们希望能更好地理解一些新兴国家如何理解软实力和公共外交，以及如何开展它们自身的实践。

第二个课题是“青年或下一代公共外交”。就像我刚才提到的，接下来的 10 ~ 20 年里，全世界的人口统计指标会发生巨大的变化。某些国家将会面临老龄化，但很多别的国家，更多的人口将是年轻人。同时，新兴的科技手段也应运而生，但同时各种新的社会问题也将层出不穷。那么，这些变化对于国际关系意味着什么？人们将如何联系和交往？再考虑到与之相关联的新的社交媒体技术，这些变化将如何影响一个国家的公共外交实践？这就是我们所说的“青年或下一代公共外交”。

第三个课题是“公共外交的效果评估”。大家都很关心，一个国家从事什么样的公共外交活动，到底会产生什么样的影响？而我们又如何去评估它的影响？最重要的是，我们如何通过评估来将公共外交融入国家的战略规划？在很多国家，比如美国，如果政府想要开展公共外交活动，必须拉上国会，因为国会要批准预算。但国会议员们最为关注的是，你这样做会产生什么影响？产生多大的影响？这关系到他们去批准多大规模的预算。所以，学术界应该提供对公共外交活动效果的评估。但问题是，对于与公共政策制定相关的公共外交而言，什么是可以被衡量的，什么不是。并不是所有的东西都是可以被衡量的。但并不是说不可被衡量的就没有价值，只是对于政策制定流程而言，你必须明白哪些部分是可以被衡量的，是可操作的，而哪些是不可被衡量或没有可操作性的。我认为，许多传播学出身的公共外交学者往往关注的是交流行为本身及其效果，我们还没有很好地从政策制定角度来看待这个问题。因此，我们中心正

在与公共政策的学者合作。大家都知道，如果你想要制订一项教育政策，你得向政府提出一个议案。而对于公共外交而言，也是这样一个机制。所以说，我们正在努力完善公共外交评估机制，并且学会用议案的形式来制订公共外交的规划。

第四个课题是“全球发展视角下的公共外交”。我们认为，公共外交在“全球发展”（global development）中承担着重要的角色。我们所说的“全球发展”是一个广义上的概念，可以是救灾时提供外援，也可以是帮助不发达国家实现现代化，等等。这些公共外交实践在国与国之间的关系上起到什么作用？国家如何通过这些实践彼此认知对方？具体来说，评估公共外交的有效性，你到底是通过一个国家给另一个国家资金援助的数量，或是非资金援助所产生的影响，还是看它们在私下的支持？或者说，对那些得到帮助的国家的领导人和灾民而言，他们如何看待你的国家对他们所提供的帮助？对这些课题需要做更深入的研究，也许会改变传统上我们对公共外交的一些理解。

第五个课题是“公共外交的实践创新”。就我自己的观察，多数公共外交活动，目标和意图都很好，都想要改善外国对于本国的理解，但可惜在效果上并非尽如人意，有时候甚至是事与愿违。哪怕他们的本意是好的，在实施的层面上出了一些问题，传播的方式并不吸引人，导致影响力很小，没有引发舆论和公众的关注。例如，很多国家在公共外交方面都倚仗外交部。各国的外交部都开办了它们自己的网站，讨论本国的政策。但是谁去看这些官方网站？除了一些研究者，很少人会主动去看这些网站。因为它们缺乏趣味，设计的不吸引人。所以学术界有责任帮助公共外交的从业者做一些实践上的创新，提升传播效果。

例如，就公共外交活动而言，为了让这些活动更加吸引人，我们是不是可以从创意人士和设计专家那里学到一些新的手段和方法？我们是不是也可以从硅谷的互联网企业那里借鉴些什么？这样能够帮助我们改进理念和方式方法。如果我们相信，公共外交有利于建设新的国与国之间的关系，从而巩固世界和平，那么就要在理念和操作上引入一些新的东西，包括与创意人士、设计专家和互联网企业进行更深层次的合作与交流。

上述五个课题也是我们南加大公共外交研究中心近期最为关注的。我们希望与包括清华在内的各国学者和从业者展开更多的合作，根据时代的变化不断“重塑”公共外交。

最后，我再结合自己的经验来讲讲如何开展公共外交研究。在此，我要提醒大家的是，公共外交尽管服务于本国利益，但研究者不能只盯着本国，要把眼光放远。我要多讲几句“全球视野”（cosmopoliteness）的重要性。我知道你们都对中国相关的话

题很关注。我建议你们写论文时，要关注一些与中国不那么相关的东西，比如，中国以外的国家。这些东西可能有助于你理解中国，所谓“全球视野”就是需要注意到其他地方发生的事情。

10 年、20 年后，你们将是这个国家的管理者，你们将怎样管理中国？这将取决于国内和国际社会的和谐程度。这是一个很重大的责任。如何承担这个责任？你不光要了解中国，还要了解其他国家。

以我自己为例，除了与中国有关的课题之外，我还做了一些关于其他国家的课题，最近，有一个关于“居鲁士圆柱”的展览在全球巡展很轰动，我认为，它是一件值得研究的公共外交事件。这件文物发现于现在的伊拉克境内，是古代波斯时期的。居鲁士是一个重要的历史人物，伊朗人和伊拉克人都以他为荣。当你观看这个展览，你会想到，世界各地不同的人会从这个东西身上联想到什么？这个东西对于理解当代的美伊关系也很重要。所以我们邀请到了一家博物馆的负责人来讲解这件文物对于不同文化和民族的意义。这名负责人是一名在中东地区做过研究的考古学家。而这件文物收藏于大英博物馆，我们也联系到了大英博物馆并采访到了这件展品的保管者，让他告诉我们，在美国和伊朗展出时人们的反应。据此，我们写了几篇博客和新闻分析，来阐述这个展览在公共外交上的意义。

通过这个展览，你可以更好地理解伊朗的过去和现在，并且思考一下如何将它和今天的美伊关系联系起来。我在我们中心做了一个相关内容的讲座，但遗憾的是，没有看见一个中国学生。我认为，你们大家应该更多地参加与中国没有关系的讲座，你们一定要学习更多关于别国的事情，培养自己的全球视野。你们将在未来的 10 ~ 20 年成为中国的掌门人，要保证中国能够在国际事务中扮演非常积极的角色。

我再回过头来谈谈自己的研究。就公共外交而言，我刚刚说过，很多人认为范围太广，研究的课题千头万绪，具体说来，如何对广义的“公共外交”进行分类呢？我个人很欣赏英国国际关系学者罗宾·布朗（Robin Brown）的分类法。他把公共外交活动分为四类：第一类，他称为“外交的延伸”。所谓公共外交，就是你跟外国人去介绍你们的国家；所谓“延伸”，是指官方外交活动以外的一些形式和渠道，例如，一个国家的外交部举行例行新闻发布会。美国前国务卿希拉里·克林顿每到一个国家访问，除了与该国领导人会面，还会大量接触该国各领域人士，跟他们解释美国的政策，这就是传统外交的延伸。第二类是国家形象展示。为了发展旅游和经济，很多国家在国家品牌建设方面投入了很多资金和资源。它也许和官方外交没有直接的联系，但客观上还是为官方外交服务的。第三类就是文化交流。各种文化与教育互访和交换项目，

比如孔子学院，熊猫外交，等等。第四类是舆论战和心理战。这是在有争议的情况下发挥作用的。当国家之间发生冲突的时候，不仅是在战场上有直接的交锋，还要在其他国家的公众中做一些说服的工作。比如，美国发动“伊拉克战争”和“阿富汗战争”，需要在其他国家的公众中做一些公共外交的努力。

过去这几年，我一直对国家形象展示很感兴趣。国家推广自己的形象有很多原因。比如，美国把印度描述为“最大的民主国家”，并且让它们在达沃斯等世界经济峰会上做这样的推广。为什么呢？因为美国想把印度和中国区分开来，这两个人口大国都是世界上最大的新兴经济体。

最近阿联酋获得了 2020 年世界博览会的主办权，就是借助于国家形象的推广。北京奥运会和上海世博会也是国家形象的展示。几年前中国在《纽约时报》广场上播放过形象宣传片，它展示了很多优秀的中国人，但效果一般，大部分美国人只认识姚明。

我写了一本关于国家形象的书，试图阐释清楚“国家形象”到底是什么意思。在私营企业，讲到品牌有很多既定的实施方案。很多人认为，“国家形象展示”这个概念本身是含糊不清的。国家可以像企业和商品那样被宣传么？如果可以的话，他们应该被宣传么？如果答案都是肯定的，那应该怎样宣传？所以我在书里举了一些例子，来说明和展示“打造国家品牌”是什么意思。

在书中，我做了案例分析，阐述了其他国家如何在上海世博会上向中国公众展示自己的形象。同时，我还研究了中国对全球的“想象力”，也就是中国人对这个世界的看法，不仅是中国的精英阶层，还包括普通民众。我相信，随着中国国际地位的提升，这个“想象力”会在未来的几年变得更加重要，

最后还有一点时间，我想谈谈实践方面，改善中国的形象，我们该怎么做？首先，你要讲一个故事。讲故事需要一个完整的结构，起承转合。不是平铺直叙地介绍你的国家如何如何，而是要和观众共享一个故事，同时，还要注意“相关性”原则。例如，你需要让美国受众觉得中国对美国很重要，而不仅仅说中国是一个很重要的国家。如果人们看不到和自己的相关性在哪里，传播的效果就不会太好。前面讲的在《纽约时报》广场播放的国家形象宣传片就是一个例子，美国人只认识姚明，不认识片中出现的其他人，传播效果就会打折扣。

其次，要策略性地运用刻板印象。很多人认为，“刻板印象”往往是负面的。但是我的想法是，对于很多人来说，你需要用刻板印象来获取他们的兴趣和关注，否则他们就无法识别这些信息，这就是传播与沟通的起点。同时你需要制作“惊喜”，否则你的传播就是不够吸引人，也不够有说服力的。所以，一方面要提供熟悉的信息；另一

方面要提供不熟悉的信息，这就是“策略传播”，就是要平衡熟悉的信息和新鲜的信息。

最后一点是强化国家形象的“跨国生产”。全球化时代，我们可以邀请世界各地的专家参与我们的对外宣传工作。可以开展合作，利用他们的专业技能，进行咨询。我在想，为什么中国只依赖本国的人才，而不尝试花点钱引进全球创意人才呢？

提问环节

问：您谈到了公共外交可以从很多层面上切入，比如从科技层面，通过硅谷的力量来改善活动的设计，提高创新性。有没有考虑从经济层面切入，如何把公共外交做得更好？例如中国的公共外交更多宣扬软实力，用文化渗透方式让大家来接受，但孔子学院在一年前在美国遭受到一些波动和打击，有人认为孔子学院扩张太快，因为它比较重要强调的是文化层面，但大家现在对中国经济方面也很感兴趣，但我们好像没有把经济层面和公共外交结合起来。

答：在公共外交领域里面，我们也有经济外交、贸易外交。用经济和贸易的杠杆来提升公共外交的有效性，如果从广义上来看，从经济的发展也可以提升公共外交的效果。因此，企业也应该在这个过程中承担一定的责任或扮演一定的角色。我赞同你的看法，公共外交不能只靠文化，只靠孔子学院，应当引入更多的力量，中国的企业也应该积极参与公共外交。

问：您刚才谈到英国文化协会（British Council），它们做的不只是文化，还有很多招商引资方面的事情。孔子学院可能更多鼓励读汉语，学习中国传统文化，但经济上的东西少了一点。有没有比较成型的模式，把经济与公共外交结合在一起？

答：我刚才讲的比较多的是“外援”在公共外交中的作用，显然在提供对外援助方面，企业也发挥了一定的作用。你的问题提得很好，实际上你的问题涉及到了如何拓展“公共外交”的概念和范畴。从很多方面来看，公共外交是个新生事物，还有很多需要开拓的空间。

问：您刚才讲到，在美国批准实施某项外交政策的话需要通过国会，要论证这个政策的影响和效果，能否请您再具体讲一下如何评估公共外交？

答：公共外交方面，比方说文化传播，你肯定需要做一些实地调查。比如，交换计划，学生或者学者参加完之后，到底对他产生了什么样的影响。你要对他们做些深度访谈。一般情况下，我们讲的是三个层面，第一个是告知对方，第二个是影响对方，改变他们的想法，再就是能够让对方产生好感。可以从这三个层面入手，设定具体的指标，去考量该项目是不是达到了一定的效果。关键问题是，我们在推出和

制订目标的时候，不够细致，导致评估很难做，这一点是我在业界的经验告诉我的。如果在业界的话，你是根据历史表现和竞争对手的策略来评估方案的有效性的。

那么，在公共外交这个领域，我们定的目标通常比较笼统。评估涉及到两个层面：一个是技术的层面，就是用什么样的方法来；另一个是组织战略的层面，就是说在制订项目规划的时候，应该如何确定目标。现在这两个方面都有问题。我觉得问题最大的在第二个层面。技术挑战我觉得是比较容易解决的，因为我们可以采用量化的或质化的方法来评估，也可以利用社交媒体来跟踪信息。但在组织和战略层面上的调整，我们没有多少历史上的经验可以参照。在组织系统内部，究竟如何开展常态化的管理，这些还处在摸索阶段。

问：您刚才说那个菲律宾“海燕”台风的例子，还有您说的“外援”，主要是看实际的捐款，还是结合其他的指标？

答：在菲律宾的案例中，我们关注的是其他国家资助菲律宾的情况，主要看捐助的现金数额。但公共外交还有其他的层面：一个是你实际做的；另一个是公众认知的；还有一个就是私下做的。不是说政府资助 100 万美元，就能做好公共外交了，其实还有很多国家的非政府组织（NGO）直接到灾区救援，这就是我说的“私下做的工作”。

问：我对您说的“策略性地运用刻板印象”很感兴趣。我能否把它理解成，当我们讲述中国故事的时候，不能仅仅突出正面形象，首先，我需要提到我们的缺点，然后，我再强调我们光明的前景。您看这样理解对吗？

答：不一定非得是缺点，我们来想想外国人对中国的刻板印象是什么？我觉得在美国人的想象中，中国还是非常乡土化的。我只是说普通大众的刻板印象，而不是受过良好教育的精英群体。很多精英人士经常来中国，因而对中国很了解。但是对大众来说，他们很少有机会到中国去访问，印象中的中国人还是比较落后、愚昧的形象。当然中国现在已经不是那样了，那我们应该如何来讲故事。首先，我们必须承认，中国的农业人口仍然占多数，但中国的变化也是日新月异的，所以要帮助美国大众打开眼界，去见识中国的更多侧面。这就是我讲到的“策略性地运用刻板印象”的含义。现在中国在展现自己的形象时，不太愿意展示中国的农村和农民。我们既然已经是世界第二大经济体，看看上海、北京，这些都是地球上最现代化、最国际化的大都市。但上海、北京只是中国的一个侧面，我觉得在形象展示中完全抹煞中国的农村是不合适的。如果有一种更有效的方式将这两者结合起来，就能够向人们展现出中国目前的真实状态。例如，长城是中国的代表性

符号。中国国家旅游部门正在洛杉矶做宣传。它们将长城和京剧演员放置在广告中。我认为那就是刻板印象，但还缺乏我说的“策略性”。我认为，它们只需要做一些小小的改变就可以让这些形象变得更令人惊艳。如果缺少了惊喜，那就没什么意思了。它如果没能抓住人的眼球，而只是大家都知道的长城、熊猫，那就没什么意思了。但是如果你能策略性地运用这些形象，比如说，《功夫熊猫》就很有意思，它们对这个美国人熟悉的形象做了巧妙的改变。

问：中国应该如何向国际社会讲故事？

答：你能不能给我一个具体的案例，特别是在某些特定的问题上。因为讲故事要有国家形象的投射。中国想要展示给世人什么？当然你需要有你自己的信息。你认为中国想要告诉世界什么呢？

问：实际上我也不太清楚，中国的形象比较模糊。我们没有树立起自己的核心价值。

答：那就是挑战，因为我认为中国在很短的时间内经历了许多变化，不管是国家还是人民。你想想看，这对很多欧美人士来讲是不可思议的。那么，中国改变了什么？你想知道你自己的本质是什么？中国想要告诉世界什么？如果中国自己都不清楚想要传达的信息是什么，你就不能很好地推广你自己。因为那将会由其他人来定义你，如果你自己本身没有一个清晰的概念——你是谁？你想成为什么样子？你们需要尝试阐释清楚这一点。但你刚才说，中国并不清楚这一点。

问：是的。中国政府花了巨资投给媒体，想要讲好中国故事，但我不知道这个故事是关于中国的还是关于中国人民的，我不是很清楚。

答：我想要说的是，这个国家经历了这么多事情，对于一个人来说，在这么短的时间内，你改变了很多，你的环境、你做了什么、你是谁，你甚至都没有时间思考你是谁，你想成为什么人。因为所有变化都发生得太快了。所以，也许这是很重要的一个时期，你们需要放慢脚步来想一想，中国是什么样的，更重要的是中国对于你们来说意味着什么，对于世界来说意味着什么。这是一个很大的挑战。所以在这种情况下，我会说这个时间跨度长的故事并不那么清晰。相比之下，美国始终保持着自己的核心理念，就是民主和自由，在这一点上非常坚持。虽然对于民主和自由可能有不同的看法，但这种整体上的共识是中国目前所缺少的。你们必须有一个特别的关注点，以一种明确的目的，来表现你们想做什么，以此来传播中国的国家形象。

问：建立国家品牌的时候，中国会选择国家文化当中比较容易识别的符号，也就是您说的那些“刻板印象”，比如说熊猫啊、长城啊、京剧啊这些，然后来输出我们的

国家形象，好处是别人能立刻认出你，认为你是有特点的，但是这样也会导致一种刻板印象。别人会认为中国就只是这些玩意儿，缺乏深度，那么，如何在接下来的过程中转变这种刻板印象呢？

答： 我前面也讲了，你一定要有一个 element of surprise（惊喜要素），就是别人没有想到的，当然首先你要用京剧啊、长城啊这种"刻板印象"拉近这个距离。但接下来你要把故事讲下去。也就是刚刚那位同学讲的，到底中国想要讲些什么东西。我觉得长城这个东西已经有了，可以吸引大家的注意力，但是接下去的故事怎么讲，这个是一个应该要好好探讨的问题。而且这其中是需要能够代表中国，而且是比较新颖的东西，否则的话，你的传播抓不住受众的注意力。

问： 现在是新媒体时代，很多国家的驻华使馆都开办了官方微博，再比如说，这次英国首相卡梅伦访华之前也开了一个新浪微博账号，然后就引来了很多中国网友的围观。那您觉得我们国家怎样才能更好地利用新媒体的手段来打造国家形象呢？

答： 这是个很大的问题，也具有特别大的挑战。因为新媒体还在发展中，大家都在做很多的尝试，就像你说的驻华使馆也有很多的尝试。在美国，我们也看到一些使领馆做了类似的尝试。像以色列使馆就在菲律宾台风之后，用 Twitter 推了一下，表达同情和支持，就有成千上万的菲律宾人跟帖，他们因此对以色列产生了好感。那这些东西我们只能看到个别的、局部的会有比较好的效果，但光有这个 Twitter，从长远看对国家形象长期有什么好处，这还需要进一步观察。所以新媒体公共外交是一个新的研究课题。还有大数据，怎么去分析它，大数据背后还有一个小数据的问题，因为大数据并不能告诉你传播了一个什么样的理念，所以要把大数据和小数据结合起来。这也是研究上的一个挑战。新媒体公共外交有一些成功的个案，但是还没有一个很系统的梳理，告诉大家应该怎么做。不过起码有一点，you have to have a presence.（你必须有存在感），这要借助于 social media（社交媒体）。有关新媒体公共外交，值得做的课题很多。比如说，关于奥巴马的一段视频，会被转发到 Facebook 上，又转到 Twitter，最后到报纸、电视等传统主流媒体上去了，这个传播路径到底是怎样的？我们也没有研究得很透彻。但是我们知道它是有个路径的。但还需要提炼出一般性的规律。

问： 在我们塑造国家形象和品牌的时候，我们要对外讲故事，那么讲的这个故事是要比较正面的？还是要讲真实客观的故事？如果讲真实客观的故事，可能会有一些不好的事情，会给外国人留下不好的印象，这样的矛盾怎么解决？

答： 讲故事不同于做广告片。一个世博会、一个国家馆，你不可能把所有的事情讲清楚。

我觉得国家形象投射比较偏向正面的东西，这本身也没错，因为还应该有其他的平台，我们可以讨论一些更有挑战性的问题。总是讲正面的东西就一定比讲负面的东西效果更好吗？这一点我不能肯定，需要通过测试来验证。我们可以设立三个指标：完全正面的信息、mixed message（混合信息，既有正面又有负面）、完全负面的信息，我们可以测试一下这些信息的效果。比如说，环境污染。关键你要从国家利益来讲，即便是说负面的，你还是应该强调怎么样去改进，树立信心。另外，对不同地区和不同文化的受众产生的效果也不一样，比如，中国人喜欢讲正面的多一些，很少当面批评对方，但美国人就不一样，在新媒体时代，做这样的效果测试变得更容易了，我们应当多做一些这方面的研究。

录音整理：许暄河、明金维、罗捷、郭长冬

校对：赵涵漠

【附录】2015 年全球十大公共外交事件

本次评选由美国南加州大学公共外交研究中心主办，全球 52 家相关研究机构参与推荐和评选，自 2013 年以来已经举办了三届。清华大学爱泼斯坦对外传播研究中心作为中方合作机构，执行主任史安斌教授作为专家评委参与了相关评选。

1.“全球都会”外交

2015 年见证了“全球都会”（cosmopolis）地位的上升。作为非国家机制，这些超大城市在国际交往中所扮演的角色日益凸显。从传统上看，各国首都是一个国家开展官方外交的首选地点，而纽约、洛杉矶、上海、香港、迪拜、孟买、德班、里约热内卢等“全球都会”凭借其所聚集的大量人口和多元文化正在超越首都城市。全球都会成为跨国公司、非政府组织、民间社团机构、公民之间建立密切联系的场所，并成为开展公共外交活动的重要舞台和强有力的新晋参与者。

2. 用社交媒体对抗恐怖主义

2015 年发生在法国、尼日利亚、埃及、伊拉克等地的恐怖袭击使各国意识到，需要更有效地打击恐怖主义和极端暴力活动。为此，包括美国在内的数个国家在脸书、推特等社交媒体上发起了各种活动，旨在消除“伊斯兰国”宣传攻势的负面影响，并力图阻止其继续招募极端分子，但其效果如何还有待进一步观察。

3. 英国软实力的再度崛起

英国政府在意识到进一步加强自身软实力的重要性之后，决定恢复对英国广播公司国际台（BBC World Service）的资助，将为该频道未来五年的运作提供资金，支持其在朝鲜和俄罗斯开展广播业务。同时，英国还在全球范围内继续开展以“创意英伦”为主题的公共外交活动，以亚洲和中东国家为重点。在 2015 年公布的多项国家软实力评估中，英国均名列前茅。

4. 叙利亚难民在加拿大得到庇护

2015 年叙利亚难民危机爆发，他们涌向各国以寻求安全庇护，却被拒绝入境，一篇又一篇相关负面报道占据了全球各大媒体的版面。但在加拿大，新任总理贾斯汀·特鲁多选择对难民敞开怀抱，此举把该国的软实力和全球吸引力提高到了一个新水平。

5. 数字外交与伊核协议

在伊朗核问题谈判期间，除了在各国元首、外交部长和官员之间举行的传统外交活动之外，许多国家的领导人积极开展“数字外交”，以便让本国公众知晓会谈的进展。许多突发新闻在被传统媒体正式报道之前,早已通过这些数字媒体平台向外发布。此外，以色列、沙特阿拉伯等反对伊核协议的国家也开展了它们自己的“数字外交”活动。

6. 中国媒体在非洲赢得更多受众

中国除了在非洲启动众多发展项目之外，也在通过国际传播增强其在非洲大陆的影响力。中国的官方媒体称其报刊和广播电视节目在非洲大受欢迎。虽然此说有待更多权威数据的支持，但这足以证明中国政府力图通过媒体与文化外交来提升自己的软实力。

7. 罗马教皇首访美国

教皇的活动已是连续第三年入围我们评选的年度十大公共外交事件。教皇一直力图为梵蒂冈打造一个更受人欢迎的形象，并借此提升天主教的软实力，并使之具有长期的可持续性。他所采取的一系列相关举措给人留下了深刻印象。在宣誓就任两年后，他乘坐一架从古巴起飞的航班到达美国，首次对该国进行访问，而该航班的飞行路线也颇具政治上的象征意义。访问期间，教皇发表了演说，并大胆评论了美国的政策，呼吁各国重视日趋加剧的不平等给人类发展所带来的挑战。

8. 澳大利亚举办亚洲杯

2015 年的亚洲杯足球赛由澳大利亚举办，并最终赢得了冠军。根据亚足联的说法，这充分证明了澳大利亚可以荣膺“亚洲美誉国家”的称号。澳大利亚通过足球这种公共外交形式强化了“亚洲身份 / 认同”，并通过体育赛事与亚洲各国建立良好关系，向亚洲各国人民传递善意。

9. 气候变化的全球合作

2015 年联合国气候变化大会通过了《巴黎协定》。国际舆论一致认为，这对联合国和众多与会的利益相关者而言是一次历史性的胜利。非政府组织、各国的原住民团体、企业和众多小国组成的联盟积极参与此次大会，并在达成协议的过程中发挥了不可忽视的作用。

10. 后革命时代的“突尼斯模式”

本年度的诺贝尔和平奖颁给了“突尼斯全国对话大会”。作为一个公民社会组织联合体，该机构在该国建设多元民主政治和规划通往和平的“路线图”方面作出了卓越贡献。该机构也因此而成为该国软实力的重要资产，并成为该地区其他国家解决国内争端与冲突的典范。最为重要的是，该机构获颁诺贝尔奖为这个遭受极端暴力和“阿拉伯之春”余波影响的国家带来了生机和希望。

评选方法说明：

南加州大学公共外交研究中心每日对全球英语公共外交新闻进行收集。2015 年度该中心共计收集了逾 2100 篇新闻，并随后根据这些新闻确定 2015 年度的大型公共外交事件。为了从中选出十大事件，该中心在全球范围内召集并组织了一个国际专家评审团，随后邀请每一位专家从 50 个候选事件中挑选出最具价值的公共外交事件。最后我们根据评审团的选择，并结合投票数量、评审意见及其在全球公共外交中的重要性，评选出本年度的十大事件。

在将 2100 个事件缩减到 50 个候选事件的过程中，我们考虑了以下因素：该事件在各大新闻媒体报道中出现的频率；该事件的影响；相关信源的可靠性；该事件中活动主体——无论是作为公共外交活动的发起方或是接受方——在公共外交事件中的参与频率。该中心对所有入选事件进行了复审，确保它们能够反映在最广泛地域范围内的公共外交样貌，并且包含公共外交的不同种类——政府主导、文化、非官方活动等。

（编译者：沈晓波、廖鲽尔、龙亦凡，系清华大学新闻与传播学院研究生）

第十一讲
网众文化：重构媒体传播研究的新范式[1]

◎ 何　威

北京师范大学艺术与传媒学院副教授、清华大学新闻传播学博士（2009）、英国威斯敏斯特大学传媒研究所访问学者，主要研究方向为数字媒体、互联网和文化创意产业，出版了《网众传播：一种关于数字媒体、网络化用户和中国社会的新范式》（2010，清华大学出版社），在《新闻与传播研究》《国际新闻界》《现代传播》等期刊上发表论文十余篇。

所谓媒体，是指传播信息的媒介，通俗地说，就是传播信息的载体或平台，能为信息的传播提供平台的就可以称为媒体了。媒体作为一种客体，是指人借助用来传递信息与获取信息的工具、渠道、载体、中介物或技术手段。也可以把媒体看作为实现信息从信息源传递到受信者的一切技术手段。它是媒介形态变化的载体。媒体作为一种主体，是以媒体机构出现，强调媒体伦理的实体。主客体之间的联系构成了信息传播的渠道。

传媒的一个驱动因素是技术，技术进步外化的一个显现就是来自战略渠道的变革。我个人的看法是，渠道的变革带来了整个传媒这样一个大格局的变化，这里面每一次传媒产业跨越式的发展，它首先是由渠道的变化带来的，通过渠道变化带来终端和内容的变化。同时在这样一个过程当中，比如，从广告主的角度来说，他的营销方式也在跟着变化，因为广告主做广告投放的时候，是跟着受众来的，受众更愿意接触新的终端和新的媒体形态，这样会带来一个传播方式的变化，由此导致传播组织的重构。

ICT 和 TMT 是现在媒介融合的两个重要现象和术语：ICT 是信息、通信和技术三个英文单词的词头组合（Information Communication Technology）。它是信息技术与通信技术相融合而形成的一个新的概念和新的技术领域，即 TMT（Technology，Media，

1　演讲时间：2013 年 10 月 12 日。

Telecom），是科技、媒体和通信三个英文单词的缩写的第一个字母，整合在一起，实际是未来的互联网科技、媒体和通信，包括信息技术这样一个融合趋势所产生的大的背景，这就是 TMT 产业。

凯文•凯利（Kevin Kelly）总结了当今媒介发展的六大趋势：第一，屏幕化（screening），例如，三星最近推出的超大屏幕电视。第二，交互化（interacting），例如，Kinect 开发的手势游戏。莱文森在《人性回归》里表述了这样的观点，媒体发展和革新会弥补技术变革中流失的一些东西。第三，分享化（sharing），例如，可穿戴设备“谷歌眼镜”（google glass）。这种分享包括精神层面和技术层面，也因分享的程度和对象的不同而不同。“尽在云端、分享一切”。第四，流动化（flowing），指流媒体，数据永远在线的状态。大家更熟悉的数据的存在方式是文件夹的形式，文件夹里放着一个又一个文件，文件夹又在桌面上或管理器里，但后来我们开始熟悉上网的过程，比如说很多网页，这个网页之间存在一个链接，然后我们去网上把它找出来。现在，我们用的是 cloud，用的是 APP，我们没有去上 web，我们用 cloud、APP 去实时地去接收这个信息流，我们就要去登录，去接受它的东西。对它的管理不在于简单的链接，可能是 tag 这样一个标签和分类的方式。这些东西都是“流”。

第五，“接获化”（accessing），指的是很方便、很快捷地接入、获取信息。传播学里谈信息鸿沟，就是谈信息的多寡之外，还有如何全方面地去接入和获取这些信息，这也是非常重要的。如何获取这些信息，这就代表着一个新的趋势，我们现在不再要求去占有一些实体，比如说，我们在想要的时候能随时得到，简单的像书籍、音乐。在有苹果的 iTunes 之前，所有的音乐想要的话，必须以 mp3 的形式下载，更早的像 demo、磁带、CD。iTunes 提供了一个很好的选择，你可以单支歌购买。到了后来，购买的模式也不再走俏了，大家可能更习惯虾米音乐或其他音乐，你就实时在线去听歌了。在国外，版权保护比国内严格许多，国内很多人还是下载 mp3，国外类似的下载要花很多钱，他们可能用音乐网站，登录之后每月付个月租费，承诺一个无限量或者几千首歌，总之是听不完，但比你买要便宜得多。

另一个问题是你买的话，就有一个管理的过程，在不同的设备之间导来导去其实也挺烦的。所谓“接获化”就是用数字化的方式来管理内容，像亚马逊就通过自己的硬件设备在卖电子书或者叫“电纸书”。这种形态就是新的“接获”方式。

第六，“生成化”（generating），是指所有的东西都被数字化了，所有东西都可以拷贝的情况下，到底什么东西是可以让用户掏钱、付费的呢？“生成化”就是指如何去生成内容与价值。比如，随时随地获取，就愿意为这个花钱，还有音乐网站的个性定制，

等等。

这六个趋势，可能未必全面，但大家有了一个基本的了解。看完这六个趋势之后，大家可能会联想到麦克卢汉的一个很有名的论断，在《理解媒介：论人的延伸》里，他提到，“在机械时代，我们完成了身体的空间延伸。今天，经过一个世纪的电力技术发展以后，我们的中枢神经系统又得到了延伸，以至于能拥抱全球。就我们这颗行星而言，时间差异和空间差异已不复存在。我们正在迅速逼近人类延伸的最后一个阶段——从技术上模拟意识的阶段”。这样一个论断经常被一些未来学家所提及，一个是刚才说到的凯文·凯利，他就提到目前人类计算机的连接数量接近一个大脑神经元的数量，所以我们的星球发展成一个独立的、整体化的智能时代就快要到来。或者像雷蒙·库姆维尔这样一个技术派，他也会说，技术发展到极点的时代，可能会有一个大爆炸的出现，我们的集体意识会改变。这其实多少也是一种“迷思”。

“迷思”（myth）一词来源于罗兰·巴特的符号学理论，指的是像香格里拉、丽江、西藏这样带有神秘色彩的地方。例如，我这辈子一定要骑行一次川藏线，骑完之后，可以证明自己已经实现了一个梦想。这其实都是一种迷思，就是有种东西你做了以后可以超越你的人生，可以向你承诺一个超越你人生的东西。“迷思”还有很多形式，比如像田园生活的“迷思”、追忆民国范儿。这种追忆很多是来源于对现代当下现实的一些不满，但又找不到新的资源出口去解决这种不满，于是到历史中去寻找这种“迷思”。

技术的迷思是被传播政治经济学的创始人之一文森特·莫斯可（Vincent Moscow）所批评的。他提到，“迷思是那些能够激活个体和社会的叙事，能够为人们提供途径，使他们得以超越平凡的日常生活；它们能够提供通向另一种现实的入口，这种现实以崇高的许诺为特征”。“迷思不仅仅是一种有待揭露的对现实的歪曲，而且它们本身就是一种现实。它们帮助我们理解那些看起来无法理喻的事物，应对那些完全无法驾驭的问题，并在想象或梦境中创造出那些在实践中无法成为现实的事物，从而赋予生活意义”。

现在有一些人鼓吹，微博改变中国，Facebook 改变世界，或者相信新媒体能带来益处，技术本身的决定论也是一种迷思。在我们谈论新媒体、谈论数字化的时候，我们不要忘了 context，就是语境或脉络。脉络包括政治体制、社会文化、经济现状、所处世界的外部环境，等等。两三天前，中国社科院的一位领导在《人民日报》上发表文章说，一定要坚持马克思主义新闻观，反对鼓吹西方式的新闻自由，不管说什么、做什么、坚持什么、反对什么都要按照党的要求来办。这说明，技术也好、任何东西也好，它并不是一个自由生长的状态。他的观点引发了一些争议，在此我们不进行讨论。但我要提醒大家注意，这些东西都会是我们讨论这些新媒体问题，讨论这些数字媒体

问题时的一个很基本的语境。

在讨论新媒体产生的社会影响时，我提出了一个新的概念，叫作“网众传播”。网众传播就是由“网众”发起和参与，由社会化媒体作为中介的传播模式、现象与行为。这有两个关键词：第一个是“网众”,第二个是“社会化媒体”。我们先来看其中的一个：社会化媒体 social media，我尝试给出一个定义：允许数量庞大的普通用户创造并分享内容、发起和参与传播、拓展和维护社会关系的媒介技术与平台。它有四个要点，第一个是数量庞大的用户，这个限定了它与很多媒体的差别。比如，新浪网，它本身有很多的用户，但是主要是编辑们在门户网站上做与 social media 相关的事儿。这些事儿是什么呢？创造并分享内容、发起与参与传播、拓展和维护社会关系。这最后一点是 social media 特别重要的一点，这个 social 指的是它本身能够使你更加社会化，社会化一个是拓展，另一个是维护。拓展就是使我们获得之前没有的社会关系；维护是使已有的社会关系更加稳固，比如上了大学以后通过人人网、微博与高中同学保持联络。

社会化媒体上发生什么样的传播呢？以往“大众传播”的说法已经不适用了。当我们谈大众传播的时候，并不仅仅是说它的受众很多，我们还谈到它一系列的传播机制。如果定义它为大众传播，那意味着一对多，意味着中心到边缘，意味着极少的反馈，意味着大量的受众是原子化的、是匿名的，意味着你是面对想象的社会去说话，意味着专业的媒体机构等这一整套机制。所以社会化媒体的传播不能简单地定义为“大众传播”，但也不是简单的“人际传播”。所谓的人际传播，除了 face to face，还有一些计算机中介的人际传播，例如聊 QQ。

但是我们的微博也好，甚至是微信，你并不知道你所发的信息会被哪些人看到，并不是一个明确的、定点的人际传播，而且从数量、影响上来说完全不是这样。它也不是简单地能用“网络传播”去概括的。就像我们刚才说的所有这些东西都可以叫“网络传播”。一开始我们发现它是在用网络这个工具在做传播，首先发现这个技术，但后来研究深了之后，会发现这种网络传播与那种网络传播完全不一样。这使我们没法儿去下结论。去网络上发邮件、微博大 V 在微博上振臂一呼、写博客等也是网络传播，这些没有办法去用一个概念来概括。所以，我们觉得现在是谈新的传播范式的时候了。这就是“网众传播”的新范式。

理解这样一个新范式，除了“社会化媒体”的概念之外，还要求我们去了解什么叫“网众”(networked public)。“网众”的概念是由我们对“受众”的一系列想象所演变来的。传播学的“大众”和“大众社会”等概念大家都学过。大众社会是在工业社会出现之后，人类摆脱了生活在传统村落里紧密连接的关系，进入城镇化、工业化之后，从紧密的“分

子”变成了疏散的“原子”，在大城市里，周围生活的几百万人相互认识的人寥寥无几，跟很多人擦身而过，原子化的状态很难改变，这是大众传播的基本概念。

到了后来，慢慢有了“受众”（audience），这是由于媒介工业的发达所形成的，它需要这个“受众”的概念，需要发行量、收视率等数据来支持媒介工业的继续发展，进而形成了“受众经济”，传播学者又发明了“积极受众”的概念，美国的传播理论中有了“使用和满足”说，而不是中弹即倒的“魔弹论”，消费者会有意识地选择使用媒介的方式。当然还有后来出现的“分众”概念，以及近年来由于计算机的出现、互联网的普及，更多人谈及“用户”“使用”的概念。网络化用户的特点在于既有主体化，又有网络化，是一个信息网络和人际网络的结合。我们对比“网络化用户”跟网民的区别，大家就知道当你使用互联网上网时，你就是网民，但是只有当你通过网络与其他人形成互动和关系时，你才是“网络化用户”。所以网民和网络化用户，本身强调的是人跟技术的连接，人跟 ICT 技术的连接，“网众”则意味着人通过 ICT 跟其他人形成的连接，这样的关系也有社会学理论作为参照。比如著名的“Wellman 模式”，从“小群体”到“全球本土化”再到网络化个人主义。在传播学领域中，“网众”与先前的“大众”和“受众社群”等概念是有区别的，有的把媒介使用者想象成铁板一块的“大众”，另外一些像“两级传播”（two-step flow）理论则把受众想象成小的社群。网众与这些概念不同，我刚才已经给大家概括了，这里就不再细述了。

网众传播的模式也区别于大众传播的模式。中间是某一个网络化用户，他同时使用大众媒体和社会化媒体，用搜索引擎获取信息，各种类型的组织——如党政部门、组织机构、企业、NGO 也可以通过社会化媒体的应用直接与个人建立联系，而不是仅仅像过去一样只能通过大众媒体有选择地传递信息。例如，现在一些大案、要案的审理通过微博直播来进行海量的信息发布，不像过去发一个几百字的简讯就完了。过去公私领域很容易区分，现在则很模糊，这都是网众社会很重要的特征。

最近的一些网络流行语，如“喜大普奔”“人艰不拆”之类。这一整套东西都是自发生长出来的，没有人在推广它，本身不附带商业价值，倒是很多人在借用它做自己的营销，这本身就是“网众文化”的体现，因为它是在很多人的互动中形成的。在没有“网众”之前，流行语形成的速度会慢很多，传播速度也会慢很多，而现在则是一个飞速的、爆炸式的发展。

网众文化既可以用科学量化的方式研究，也可以从文化阐释的路径分析。今天我们更多从后一个路径来讲，这也可以细分为很多维度，比如路径、类型、调性。我们举几个例子。关于演化路径，比如“双 11”和“光棍节”的概念。为什么会有“光棍节”呢？

如果你去查维基百科，可能很多人会看到是南大宿舍的卧谈，但是根据我的考察和访谈，这些都是无稽之谈。这来源于水木清华 BBS 的光棍协会版，在 1999 年 11 月 11 日就开始庆祝“光光节”，在此之前“光光”和“明明”都存在。我曾经写过一篇考证的文章，发在《中国青年报》上。后来，“网众文化”被商业力量利用，开始是京东、淘宝在“光棍节”促销，后来发展成“双 11”促销等，这是网众文化的演化路径，理解了这个路径，就自然可以理解促销的品类，为什么要在这个时间促销，心态是什么。以上是用路径的维度来分析。

题材类型也很有意思，比如说流行体。“体”就是 style，江南 style 是一种体，它好学，大家都可以抓住它的特点，并且做出一些改变。流行体也是这样，如丹丹体、私奔体、撑腰体，这是第一种类型——时事主导型。第二种类型是情绪主导型，没有特定的事，比如咆哮体，尼玛、老娘、有木有；淘宝体是亲；TVB 体是治愈系。第三种类型是形式主导体，如梨花体、凡客体、甄嬛体、元芳体。归纳出“类型”之后可以从很多角度来用它，对市场营销从业者来说，知道时事主导型的流行体之后可以用，但是要小心被原来的意义所“绑架”，因为本身有事件意义，产生联系可能有负面影响，而且容易“过气”。情绪主导型就是跟情感调性吻合，动员煽情的东西，要找到共鸣。形式主导型是一个筐，什么都可以往里装，比如，杜甫很忙，大家都往里套，它的适用范围非常广，从主题宣传到广告营销都可以使用，也可以用于社会动员。“网众文化”本身，就像杨国斌老师讲的那样，中国的网络群体事件很多是由于情感动员，他举出的情感包括愤怒、嘲讽、恶搞和抵抗。这种情感“调性”很多，如“屌丝”是自嘲文化，有些则是狂欢文化，如“恶搞”、KUSO，都以狂欢为内核，有些时候这些东西会结合起来，在特定的事件或者流行的文化现象后，有核心的情感调性。这也是一种分析的维度。

除了我上面给出的这三个维度之外，我认为，现在网众文化中表现得比较突出的有三种潮流，我归纳为“三丝”潮流，下面我来对其成因和社会文化意义逐一进行解读。

第一个是“黑丝文化”，首先最直白的，是情色象征的符号。情色可以联想到弗洛伊德的理论，联想到禁忌和突破禁忌，以及快感的心理机制。所谓“苍老师现象”，为什么苍井空这样一个日本 AV 艺人能在中国营造出正面形象，甚至很多公司年会愿意请她，很多人竟然认为，她比某些社会精英人士的节操更加高尚。从某种意义上讲，情色文化的流行，这方面跟过度压抑的现状有关，无论是性文化上的压抑，还是其他方面的压抑，很多人愿意找到这样的突破口和宣泄口。第一个方面，这样一种色情和禁忌的突破，本身也是对自由的一种追求，这样的自由哪怕是由其他的心理压抑所引起，通过对“苍老师”的肯定和比较，实现消解权威，颠覆传统的道德理念，从而实

现自己的文化抵抗的行为。当然也会有其他原因，但是“黑丝”首先是从情色的解读角度。第二个方面，所谓“重口味”的角度，用媒体研究的说法，就是“煽情主义”（sensationalism）。在信息过载、眼球经济的时代，要新鲜刺激，要“语不惊人死不休”，形象表达也是如此。所以很多事情要“审丑”，如果你只是一般的丑或者一般的美，大家很快就疲劳了、麻木了，即使是过去能唤起大家同情心的惨案，现在如果你不够惨，大家还是很快就麻木了，现在要惨到触目惊人，丑到天崩地裂，才能引起网民的关注。“重口味”还有其他一些表现，如“宅（男）腐（女）文化”，大家互称“好基友”，这都反映了大家追求刺激，更加重口味的感受和体验的过程。第三个方面，“黑丝”本身是一种娱乐化的象征。虽然它产生于社会化媒体和自媒体，但如果有人在其中推动牟利的话，那就跟大众传媒有相似的特征。无论是情色还是重口味，都是娱乐化的一个路径。大家可以看到门户网站的社会新闻、广告栏里，“擦边球”的东西特别多。我们国家确实没有这样的相关立法，网络、网页游戏的广告统统会用清凉且不符合正常身体尺度比例的美女形象作为吸引，玩游戏的快乐本来来自游戏本身，但是还是要用符合“黑丝文化”潮流的东西作为卖点，这也是大众文化。麦克卢汉在《机器新娘》里提到过，大众文化把一切东西都涂上“性的颤音”，卖车要把车当成男性的象征，美女趴在上面搔首弄姿，这是符号学的解读，本身也是对大众文化鞭辟入里的批评。

第二个词是“粉丝”，粉丝这个东西，没有泡水的时候很硬，泡了之后剪不断理还乱。粉丝平时对很多东西都很冷漠，但是遇到偶像，“百炼钢”也会化作“绕指柔”，所有的热情都会为偶像绽放。网众文化中的粉丝潮流有很多解读角度。首先，是多元的代表，代表了每个人有选择的自由，可以选择喜欢“曾哥”还是“春哥”，也可以选择谁也不喜欢，社会宽容度的不断进步是粉丝文化形成的基础。与此相关的是，选择自由之后势必形成碎片化、多元化的局面。我们经常说再往前 10 年、20 年，播一部电视剧万人空巷，现在非常红的歌手对不是他粉丝的人来说也是很陌生的，因为选择很多。另外，粉丝也跟“乌合之众”的概念联系到一起，大家经常认为，一旦做了粉丝之后就会抛却理性判断，抛弃客观中立的标准的选择，粉丝也意味着盲从、盲信。从心理学的角度，可以上升到埃里希·弗洛姆、汉娜·阿伦特，他们都发表过“逃避自由”等经典论断，说的就是人类的集体无意识，说的就是从前现代到了现代社会之后，人从紧密的小群体——有人关心你什么时候吃饭、什么时候上厕所、什么时候谈恋爱这样一个状态，到了根本没人搭理你的大城市里。一方面，现代人确实自由了，你可以每天换着对象谈，也没有人会指责你；但是另一方面，人也开始感到孤独和寂寞，也开始害怕选择的自由，他们觉得不安全，所以要“逃避自由”。弗洛姆、阿伦特解释纳粹德国时期“威权主义

人格”形成的心理机制。现在说到的“粉丝”，恰恰是因为得到的关爱太少，所以加入某个群体，或者选择太多，宁愿跟一群人一起玩，“逃避自由”多少有所存在。我愿意放弃独立思考，我只愿意跟自己的伙伴一起 high。

还有一个是“迷群”，迷群是受众研究和文化研究的一个突破，已经有 20 年了。迷群最早从青少年亚文化开始的，包括动漫游戏、音乐、街头 Hip-hop 这些东西。清华大学传播学博士张嫱出版了一本《粉丝力量大》，就是在她关于粉丝研究的博士论文的基础上写成的。粉丝经济学、迷群文化、用户生产内容（UGC）都是相关的研究主题。我们发现很多企业和品牌自身没有要求用户做哪些事，但是粉丝自主维护品牌，如“果粉”，对苹果的爱甚于内部员工。当然粉丝在今天社会化媒体时代有独立和多重的含义，是社会化媒体关系形成的象征。在 Twitter 上选择关注人家是 follow 和 follower 的关系，你变成人家的“跟随者”，新浪微博就是粉丝，虽然没有那些追偶像的粉丝那般狂热，但代表的是一种信任。我觉得你值得跟随，跟随后我能得到你的信息。这是我在前面说的“网众”，我先跟你建立关系，然后你的信息会源源不断地流向我，我想要的时候可以接收到。粉丝数的多少通常有“马太效应”，符合“幂律原理”，研究社会网络的科学家发现，人类社会中很多现象不是由于纯粹的随机网络，而是“无尺度网络”，再有就是“站队”。“粉丝站队”体现在舆论传播上，大家用哈贝马斯的理论来研究互联网的时候，都希望网民具有公民意识和公共对话的精神。

但我们看到，情况并非如此。无论是方舟子和韩寒的粉丝，还是娱乐明星的粉丝，大家往往是先选边站队，然后再来打“骂仗”，不会特别去管证据、理性，更多的时候是觉得，我这边是对的，我就要支持他。这样一种意识体现到更加抽象的层面，那就叫作“党同伐异”，或者像桑斯坦说的，叫“群体极化”。那为什么会形成这样的现象呢？从心理机制上看，由于我们有这样的选择自由，由于信息会随着我们成为人家追随者的时候这样过滤过来，所以我一旦进入某个小群体，我接触到的信息和反馈就越来越多地来自这个小群体，我越来越多地不断被告知和接收到，原来赞同我意见的人是多数，不赞同我意见的人是少数，所以会强化我现有的各种判断。做决策的时候，我也会比其他在群体之外的人更加极端。传播学者做了不少实验来验证这种“群体极化”效应的存在。因此，“群体极化”也是粉丝文化的一个特征。所以大家可以看到“粉丝”这个词，或者说“粉丝文化”，它至少可以有这么多不同的读解。其中有文化的层面，也有政治的层面，还有一些技术机制的层面，非常丰富。

再就是大家期盼已久的“屌丝”了，如果说：“黑丝”“粉丝”是各个国家当下网络文化的特征，那“屌丝文化”其实是具有中国特色的。它的源流在哪？有同学知道

吗？对，“李毅吧”，大家都看过那些考证，“知乎”那个网站上有特别好的回答。它确实从那里来的，所以我们可以看到，从对它源流的考证，你就会明白为什么“屌丝文化”会成为这样一个现象，为什么有这样一种符号的出现。也是因为这样的源流，我们会发现“屌丝”天然就会跟一些概念组联系在一起，比如说“高富帅”。这其实是符号学说的二元对立，通过这个二元对立建立起自我与他者之间的认同。对于屌丝们来讲，我们是“矮穷锉”，他们是“高富帅”，我们想要追的是女神，女神都是“白富美”，最后跟了“高富帅”。所以这样一些概念组呢，其实也是跟它的源流有关。

我们还可以更加深化、更加学术化地去分析这些概念组，我曾经写过一篇小文章，提到过“屌丝”跟其他另外两个也经常被广泛用到的概念之间的联系和区别。一个叫“宅男”，一个叫“卢瑟”。其实如果我们去考察它的源流，我们会发现“宅男”这个词出现得最早。我不懂日文，但查资料的结果告诉我说，日本的御宅族不仅仅是待在家里不动，还意味着对某些领域有比较深入的研究，比如，游戏或者漫画，他研究得特别深入，特别钻，我虽然不通人情世故，但在某一方面我是天才。但是传到中国之后，慢慢地大家就开始忽略了天才这一块了，只强调“宅男”或者“宅女”的形象和生活方式：不修边幅、待在家里、不擅人际交往、不喜欢出门、也不太消费。所以大家可以看到，宅男、宅女更多的是一种生活状态或消费方式，是以你的生活状态或消费方式来给这个人群贴标签的。那“卢瑟”是什么？就是“失败者”(loser)，把它翻译成卢瑟，港台地区也有翻译成“鲁蛇”的，我最早是在水木清华 BBS 上，在 1997 年、1998 年上网的时候就看到过这个词。但那时候“卢瑟”是什么呢？那时候卢瑟通常是说，我们计算机系毕业的年薪就几十万元，而我现在每个月月薪才 8000 元，我就成了“卢瑟”。后来就是水木清华 BBS 里 Worklife 版面里，大家会经常调侃说，年薪 30 万元是“卢瑟”的门槛，所以“卢瑟”越来越多地变成了根据收入也就是分配的状况来确定的社会阶层，或者说来给你贴标签的一种方式。当“卢瑟”发展到了更广的层面，也称为撸 sir。大家都很明白这个词带有性的意味，那这个意味其实也是跟我们前面说的标签有关的。既然你没有好的收入，你的社会地位就不会太高，所以你活该没有妹子，你就成了撸 sir，所以这个词表达的是对经济社会地位不平等的一种批判。

我们会看到一些流行的网文，比如《为什么寒门再难出贵子》，或者类似的一些东西肯定很多同学读过，就是说，你的发展前途受到先天条件的制约。有很多人去研究清华、北大等很多高校里农村孩子越来越少了，等等。虽然这种看法不一定全面，但是这样一种心态在社会中也是存在的。然后再加上跟“官二代”“富二代”对比，目前“80 后”“90 后”生存压力很大，所以大家会这么去认同。一个是阶层本身很难上升，

就觉得我的阶层已经固化了，干脆就这么破罐子破摔了，我也混不上去，干一辈子我也买不起房，人家早买房的人抵得上我工作30年。所以就不难理解为什么“屌丝文化”在网上这样流行。

除了批判与抱怨，我发现也有人从正面来理解这种文化。我去参加过一次汽车论坛，发现买了30万元、50万元宝马5系的人会说“屌丝买宝马5系”，我不是矫情，因为我不是官二代、不是富二代，我是自己奋斗的，我小时候很苦的，所以会这样去用“屌丝”这个概念来强化个人奋斗的理念。

还有从“认同”的角度来介绍为什么能够认同这种“屌丝文化”、认同即identity是社会学的概念。所谓的identity，我们知道曼纽尔·卡斯特在分析网络社会时，提出了一个概念“抵抗性认同”，其实说的跟“逃避自由”很相似。就是当个人面对巨大的压力无法改变的时候，他可能会逃入到一个群体中，形成一个群体认同，以此来去对抗、消解压力。“屌丝”也是这样的，在我们受到很沉重压力的情况下，会找到一个精神上的支撑，可以说是鲁迅笔下阿Q的“精神胜利法”，也可以说这是一个小人物自得其乐的途径。他这种被人打了左脸，然后又把右脸送上去接着让人打，放低姿态，就好像说我已经低到泥里了，低到尘埃里了，你还能把我怎么样，这样一种非常消极的identity的形成，其实在某种程度上强化了他的精神支撑。再有就是“收编”（Appropriation），所谓“收编”在流行文化研究中被反复使用，各种原来反体制、反主流的一些东西都会被商业的力量利用起来。比如“屌丝经济学”，互联网上的很多产品就是卖给“屌丝”的；比如说小米手机，有人说是“屌丝手机”；比如说有一款网游，打了很多广告叫“我为屌丝代言”，公然把这个概念作为一个争取更多用户的手段。大家上网一定能找到像“屌丝逆袭”之类的词。所以当它成为一个社会现象之后，商业“收编”会去迎合网众的心态，使得消费者来消费他们的东西。

我们还可以从文化的角度对“屌丝”概念进行深入分析，比如，上海学者朱大可提的一个粗鄙化的概念，我是非常认同的。其实这个概念简单说起来就是现在的人越来越没有底线、没有节操，不但是商家、媒体，就连用户自己也是没底线、没节操。我在做班主任的时候，就发现大一同学就会把很难听的话发到朋友圈里。现在还会用一些很隐蔽的说法，比如，“我去年买了个登山包”。但另一方面，有些东西大家会更加百无禁忌，比如“屌丝”，大家会说很屌啊、苦逼啊、屌爆了等，各种跟性相关的粗口。就是一些十几岁的小姑娘，也会在公众场合爆粗口，或者是在一些公众的论坛上、微博上去写。他们并不以为这是一个耻辱的事。但是“粗鄙化”除了表现在言语之外，还表现在行为上，包括一言不合就拔刀相向、摔孩子等这种狠劲。朱大可就讲到这种

粗鄙化的源头，认为这是由于社会缺乏对弱者的保护，丛林法则、弱肉强食、粗鄙化就是劣币驱逐良币的一种表现。

此外，我们还可以将它跟过去的一些文化现象对比，这样就可以了解他们有哪些相似和不同。比如，我们会想到 20 世纪 80 年代末、90 年代初以王朔为代表的“痞子文学”，或者会想到美国“垮掉的一代”，他们的生活也很放荡不羁。你们会找到一些屌丝文化对它们的继承，主要可能体现在消解权威或者颠覆道德方面，就是使用“弱者的武器”反抗强权。这个概念来自人类学家詹姆斯·斯科特的名著《弱者的武器》，他还提出了“符号游击队”的概念，以我自己对粗鄙化的使用，强迫你们观看，以这种方式来表现我的力量，争夺我的话语权。另外，它跟之前的这些亚文化现象又有很大的区别，我认为，最大的区别在于“痞子文学”“垮掉的一代”对主流的价值观、生活方式是否定的，比如美国“垮掉的一代”不认为物质丰裕的中产阶级生活是自己想要追求的。“痞子文学”是改革开放的产物，他们在当时的中国经济发展中也捞过一笔，但是捞完之后觉得这一切很空虚、很无聊，他们不知道想追求什么，但是升官发财肯定不是他们想要的。与这些亚文化群体不同，“屌丝”心理上是想升官发财的，他们每天都想变成“高富帅”，每天都要追到“白富美”。他们没有否定主流价值观。他们之所以那么粗鄙，是因为他们没有可能去实现主流价值观。

这样的对比可以更好地帮助我们去理解不同社会文化潮流之间的差异和相似性。粗鄙化本身是一种破坏，它以自己的粗鄙去嘲笑虚伪、嘲笑权威，把专家变成“砖家”，把教授变成“叫兽”，把公知矮化到小丑的角色，等等。这样一种颠覆、破坏，很多时候是陷入一种虚无主义的状态，因为它否定权威，但最后也没有自己的理念。但它积极的一面就是所谓的“抵抗”，比如网络神兽就是抵抗“河蟹”的一种武器，或者是对抗官方话语的言说。另外，我自己最近的一个思考就是，粗鄙化的另外一个原因就是新生代人的隐私观念与前辈很不一样。

什么是隐私？用最通俗的话说，隐私就是个人不允许他人披露的一些事实。从学术层面上来说，它至少包括几个方面。第一，是身体的隐私，指的是隐私的空间感；第二，是决策性的隐私，我有权力不告诉你我想做什么或不想做什么；第三，是信息性的隐私，比如我的生日、电话号码、地址等。我为什么说隐私很重要，大家都知道英国哲学家约翰·密尔的经典名著 *On Liberty* 被严复翻译成《群己权界论》。“群己权界”其实就是我们说的公领域和私领域的划分，它们的边界在哪里，在私域之内，我们应该体现自由的价值，但是在群域的界限内，我们体现的是民主和平等的理念。民主要通过代议制来实现。但是“群己权界”本身是对个人自由以及一些重要价值的界定。隐私也是

符合这样的区分的。

我为什么说粗鄙化跟隐私有关呢，因为凯文·凯利讲的互联网六大趋势中提到分享化（sharing）的概念，大家越来越愿意把自己分享出去，比如发微博，很多时候他们不认为这个空间是公领域，不认为一些话说出去会有影响分寸感或人与人的距离感。隐私观念的不同会带来对粗鄙化的不同认知。实际上，我们在社会中的生活都是一种表演，我们要扮演什么样的角色取决于我们对自己所处的环境的认知。

隐私其实还有更广泛的含义。为什么说“在线无隐私”？有三个方面原因：第一个方面是，技术使得我们可以获得隐私；第二个方面是，如果你具有更多的社会化网络，你就像蜘蛛网上的虫子一样，你的线越多，你的身份就越固定，你的身份会越来越趋于真实和固定的；第三个方面是，观看表演的范式和分享的理念，大家越来越习惯去秀、去晒。

我们对第一点再进行补充。互联网刚普及的时候，人们会说“在网上，没人知道你是一条狗”，用来描述当时匿名的状态，那时候是电脑跟电脑的链接，大家都是网民，不是网众。到了后来，互联网形成了一定规模的产业。大家发现，政府、公司开始注重网络，大公司或有权力的人能够监控你的行为，政府也一样。到后来更加发达，我们说的大数据时代就是这样一个写照，就是“全民监狱”的图景，就是英国哲学家杰里米·边沁提出的理念，就是大家都知道别人在看自己，因此行为会端正很多。在他之后，福柯又把它发展成为一种比喻，“现代社会”，每个人都知道自己的行为被记录在案的情况下，你就会小心谨慎从事。比如，新浪微博被整顿之后，很多人会很注意发帖时不能随便讲话。

我就举《大数据时代》这本书中的一个例子，就是那个父亲接到杂货店的邮件，说你女儿怀孕了，而她父亲去打官司，告杂货店说我女儿还是学生，还没有结婚，怎么会怀孕。但人家说我们这是数据挖掘出来的，因为她买孕妇维生素之类的东西，因为 99% 怀孕的人最后都会去买这些东西。结果就是说，网站比父亲更了解女儿。在这个大数据时代，我们刚才也提到，“删除”这个概念是不存在的。美国总统奥巴马就告诫青年人，如果你想当总统，就不要用 Facebook。下一代的领袖人物可能在社交网络上很活跃，他小时候的言论可能被人翻出来，或者年轻时候跟人谈恋爱的情况被人翻出来。领导人的形象应该是“伟光正”的，或者是被设定的形象，但是在大数据时代，如果不谨小慎微，就没有办法去避免过去的任何一个言行对未来的影响。所以为了避免这种情况，当你的网络素养越强，你可能越加小心谨慎地透露个人的信息，或者是谨慎言行。所以，大数据时代是一个被监控的状态，也是你自己感觉到你没有隐私的

这样一个生存状态。

最后我要强调一下新媒体研究理论的聚合模式，它的主要目的就是把一些传播理论、社会理论用某种方式重新结构化，这样大家比较好理解。中间是一个新媒介本身，其形态、结构、内容，包括形态变化，包括媒介史，包括技术，以及媒介本体的研究，这些理论放在中间。横轴是媒介跟人之间的关系，包括个人、受众、群体，纵轴是媒介跟社会的关系，结构的、文化的等，然后我们再从两种范式——诠释、批判范式和社会科学范式——为坐标来区分相应的研究，比如说，与前者相关的有符号互动、体验阐释、文化研究、对个人消费的意义生产等。在社会科学那一块有很多社会规范、法律政策、发展传播等。一方面，强调新媒体对个人、群体的影响和效果；另一方面，也关注新媒体对社会、文化的影响和效果。这是美国实证研究中特别喜欢做的题目，就是媒介效果（media effects），所谓的“使用与满足”。但是新媒体对社会文化的宏观效果有长效和短效之分，如 cultivation（即“培植”或称“涵化”理论等）都归在这一类。希望这样一个聚合模式对于你们研究新媒体有一定的启发。

说到这里，我也想说，现在新闻学、传播学走到了新的十字路口，有很多新东西进来，美国的很多新闻学院在讨论教学改革：要不要学大数据、要不要学编程、要不要学数字媒体的技术，每个学新闻的人要去学拍片子，还要去编辑，还要去播发，是不是还要学 SoLoMo——即社交化、本地化和移动化的媒体生产，还要去做 APP 和可视化新闻，搞传播研究的人要学数据挖掘、社会网络分析，这些东西都混在一起，另外再加上我们刚才说的《大数据时代》那本书所提到的非常重要的一点，作者认为，大数据时代通过对“全样本”的收集，实现对“相关性”（correlation）的分析，因果关系不重要了，相关性才是“王道”。不需要借助于理论，用数据分析来可以预测。不需要知道为什么，只需要知道今天看到的数据，明天将会发生什么，有 99% 的信度。《大数据时代》为我们研究“网众传播”提出了一个新的思考角度，这是一种颠覆性的思考。

提问环节：

问： 老师，我想问您一个问题，您今天的主题是网络文化与政治，那么网络的舆论在多大程度上影响现实中的政策？

答： 这个问题问得非常好。现在政府都在说加强执政理念，新一届政府在说坚持群众路线，新媒体本身就是群众心声的反映，这是第一。第二是说，政府如何提高自己的执政能力，包括用吸纳的方法去消解群体运动，而不是采取强制的手段。关于这个问题，贵院的曾繁旭老师做了很好的研究。你说媒体对政府的影响有没有，

当然有，在 2012 年爆发了一系列的群体性事件，其中与环保相关的，如四川什邡、江苏的启东、宁波的镇海等，一开始就是公众没有足够的知情权和决策权，群众因为怕污染就上街游行，但是上街游行之前肯定还出现了沟通无果的情况，最后发生了群体性事件。这三个事件无一例外的都是更高一级的政府立即宣布搁置这个项目，这就体现了舆论的影响力。在这一系列事件发生之后，各级政府特别重视，结果就是我们看到越来越多的舆情监测的机构，这已经成为"朝阳产业"。但是舆情监测之后，除了舆情管制，就是随着舆情去应变，还会有很多舆情应对的措施，包括曾老师研究的反对焚烧垃圾的舆论起来之后，应该用什么方法去引导舆论，去制度化、去体制化，或者把反对者分化，然后去争夺一些媒体，这都是他们在做的事儿。政府官员中很多也是清华、北大毕业的，他们也会认真对待舆情。

问：*以前会有"贾君鹏你妈喊你回来吃饭"之类的比较长的流行语，但是现在的流行语都变成了"屌丝""你妹""喜大普奔"这种，您觉得未来是不是这样的流行语会越来越短，这会不会是微博的影响力？*

答：流行语都挺短的，"贾君鹏"的那句话也就十几个字嘛，太长的话就流行不起来，太长的话就是"流行体"那种形式。现在流行的比较长的就是"带孩子"，"洛阳亲友如相问，我在家里带孩子""少壮不努力，长大回家带孩子"。其他的流行语很难找到很长的。过去的"贾君鹏"又有谣传说，网络公司出来认领，其实他们也没证据，就是冒领的。这样的行为我在《网众传播》的书中提到过，这是在百度贴吧魔兽吧里爆发出来的，它是有自己的社会心理成因的。我觉得你说的这个问题可能会在别的地方体现出来，现在叫"越来越轻的互联网"，就是这种"轻量化"的趋势，这个其实是因为我们生活太沉重，无法承受压力，所以我们会选择更多"轻的"东西，就连那些娱乐的方式都更轻了，玩游戏大家也越来越少玩大型的游戏了，而是玩手机游戏、网页游戏等。

问：*今天我们说的阐释视角，也就是说，您的研究路径是拿那些媒介批判学派的框架来分析网众传播中新的现象和问题吗？您是如何进行具体的研究的？*

答：具体研究的方法是为内容服务的。科学量化可以对某个事件、某种文化，比如去抓取微博中写什么东西，利用某种程序去抓取对于某个事件的关键词是如何提出来，提出来以后可以用科学的方法去区分它的情感调性，找出一些规律，然后再去找一些变量，比如说，什么时候媒体的报道对它有所影响，或者再找不同的人对它的影响，去找那种关系进行量化。但是阐释和批判是另外一种方法和路径，

阐释更注重对意义的生产和解读，如果说科学实证更加强调找到一些共同规律、可以推广的东西，那么人类学、社会学可能追求的是去深挖意义。阐释就是如何去解释，如何去理解，除了我们去理解之外，更重要的是当事人自己怎么理解。如果要实证的话，就要再去辅以访谈、交流等。至于今天介绍这么多就是把我的一些思考、一些相关的理论给大家串起来，结合网众文化给大家进行讲解，希望大家有更广的思路，可以让大家了解网众传播背后的意义。

问：您怎么看舆情管理这个产业？这个产业有正当性吗？

答：正当啊，社会需要就会存在啊。舆情管理如果从另一个角度来看也是社会的一种进步，毕竟没有完全使用国家机器来进行暴力压制，至少使用一种商业的或者是用竞争的方式。政府也在使用舆情监控改善管理的方式，企业也在用，大家虽然资源不一样，但都用了类似的规则来进行规划，不管怎么样，也是威权政治的一种转型。

录音整理：吴丽荣、胡雨濛、李琳、张弼衎

校对：赵涵漠


实践前沿

第十二讲
媒介融合是一场革命[1]

◎ 喻国明

北京师范大学新闻传播学院执行院长、教育部长江学者特聘教授、国务院学位委员会新闻传播学学科评议组成员，曾任中国人民大学新闻学院副院长、教授、博士生导师、舆论研究所所长、新闻社会发展研究中心（国家级人文社会科学重点研究基地）主任。主要研究领域为新闻传播理论、舆论调查原理与方法、传媒经济与社会发展和传播学研究方法。主要著作有：《微博：一种新传播形态的考察——影响力模型和社会性应用》（2011）、《中国人的媒介接触：时间维度与空间界面——基于“时间—空间”多维研究范式的定量考察》（2012）、《植入式广告：操作路线图——理论、实务、规制与效果测定》（2012）等 20 余部。另有 400 余篇公开发表的学术论文和调研报告。

中国进入互联网已经 20 多年了，的确给中国社会带来了巨大的、翻天覆地的改变，也为我们的未来展示了种种可能。但身在其中，社会事务的操作者——无论是企业、媒体还是政府管理者，都感受到互联网带来的莫大的压力，这些压力有时甚至可以让我们的参与者、领导者和管理者陷于巨大的困境中。中宣部部长刘奇葆曾经用了一个词来形容，叫“救亡图存”，互联网已经把传统媒体逼到了“救亡图存”的地步。2014 年，习近平总书记在“8·18 讲话”中首次提到了“互联网思维”，这个概念虽然在我们学界、业界已经提出了很多年，但作为最高领导人正式提出这个概念，的确还是第一次。

这个概念到底想表达什么样的信息呢？我觉得在很大程度上意味着，如果还按照传统的思路和方式去管理和运作我们的媒体，已经难以为继，介入的程度和投入的成本越来越高，效果却越来越差。也就是说，在互联网时代，我们过去的工作逻辑和惯性已经无法再维持下去继续的程度。必须要站在时代和发展的高度上，去重新谋划我们的发展逻辑，构造新的传播理念和格局。

1　演讲时间：2014 年 1 月 8 日。

习总书记在另一个讲话中也对互联网思维做了一个注脚，大意是说，我们的新闻宣传工作面临着前所未有的挑战，说话没有人听，做事没有人信任，在一些舆情事件爆发时，人心不在我们这一边。虽然表面上看，我们已经武装到牙齿。而且从全世界横向比较的角度来说，中国共产党和中国政府所拥有的传播媒介和资源是全世界任何一个政府和政党都不具备的。但即使拥有那么多的传播资源和手段，仍然在宣传和传播领域里遇到了巨大挑战。在互联网上稍微有点风吹草动，往往就会形成一种如洪水猛兽般的压力，而且这种压力是现实的、巨大的。这就引起了我们深刻的反思，就是我们这些年对互联网的应用到底出了什么问题。

应该说，这些年我们对互联网一直是重视的，有非常大的投入，无论在人力还是在资金上，都是极其巨大的。我们可以回顾这 20 多年来所走过的路。互联网时代到来后，我们大量办网站，无论是政府机关、传统主流媒体还是其他机构，都是这样。到手机盛行时，我们又办手机报、官方微博。那么最近这几年移动互联网成为最重要的媒介平台时，我们的政府机关和传统主流媒体纷纷投入大量资金去办客户端和 APP，但是效果和巨大的投入之间完全不匹配。我们做了很大努力，好像无声无息，这就应当引发我们的深刻反思，我们对互联网是不是存在着认识上的错误、浅薄？直到今天，还有很多人把互联网视为一种传播工具和传播手段。也正是在这个意义上，许多人把互联网看作延伸价值、影响力和话语权的一个锦上添花的工具。

实际上，以自己的发展逻辑、社会和市场现实，利用互联网去做一种加法和延伸。这样的一种理解当然是浅薄的，因为在 60 多年前，麦克卢汉就已经指出，"媒介即信息"，任何一种媒介出现都增加了新的传播出口和平台。从更高的层面上看，它是改变世界的结构性力量。控制论的创始人之一雷纳曾经说过，社会是依靠传播和信息连接在一起的，因此信息和传播是社会得以连接在一起的黏合剂。从这个角度来说，一种新媒介，就是将社会资源和社会元素重新加以配置和组合的一种结构性力量。在这种结构性力量下，社会资源和价值的聚集会呈现跟过去的社会完全不同的样貌，形成新的社会力量对比，形成新的政治生态和社会生态，以及相应的新的游戏规则。这就是新媒介对社会的深刻影响所在。那么，互联网作为一种新媒介，到底跟以往的媒介有什么样的不同呢？

至今我们很多人还在安慰自己，说当年报纸出来了，没有使书刊和杂志遇到危机。广播出来了，对报纸、书刊和杂志也没有带来毁灭性的打击，最多是使传播结构做了重新的调整和分工。这就是新老媒介更替时所出现的情况，也就是进行结构性调整，功能性分工有所改变。我们以为互联网也是过去意义上的新媒介，但是现在我们越来

越感受到互联网恐怕和过去的报纸、广播、电视不一样，互联网的出现使整个传媒业面临巨大危机。这种危机从现在印刷媒介的角度可以看得很清楚。报纸曾几何时是很有影响力的一种媒介，现在有几个人还在看报纸？报纸的社会影响力当然还有，但作为一种主流媒介的影响力日益边缘化是非常明显的，它的经营呈现断崖式下跌已经被学界证明了的。广播是目前受干扰最少的，由于私家车的增加，为广播的复兴提供了新的受众。所以，广播掌握了这个受众群后，影响力剧增，目前互联网还没有完全融入这样的系统中。但是我们可以看到，未来将要上市的、哪怕是中低款汽车，WiFi 热点也是标准配置，而不是高档配置，再加上未来 4G 甚至 5G 技术，如果未来移动互联网能成规模地进入轿车，传统广播一定面临灭顶之灾。2014 年，在“滴滴”和“快的”打车软件的竞争关口，北京交通广播曾做过一项调查，它们的收听率比平时要低将近 30%。仅仅一个应用型软件进入轿车，就使一个强势的广播频道受到巨大影响。当互联网全面进入汽车，对传统广播的影响是可以预见的。

对于传统电视，如果不是去年广电总局对于互联网电视进入普通家庭和在网上的版权限制，不出两三年，传统电视也将面临比报业更严重的冲击，而广电总局的限制性举措最多是具有一定时长的“体制红利”，为传统电视的转型争取时间。当形势漫过制度限制时，如果传统电视不加以转型，恐怕未来电视的没落也是可以预计的。所以，互联网对于传统媒介有一种全覆盖式、甚至是超越性的影响。这也给我们更深层次的思考：难道我们对互联网的理解从一开始就是错的？

我最近写了一篇文章，叫作《互联网是一种高纬媒介》。这是我半年以前，偶然看了一些关于超弦理论的文章，是物理学家写的。今天研究社会科学，要用社会物理学的方式，一个事物存在于很多不同的空间状态中。科学家已经证明，我们生活在三维空间，但还有时间这个第四维度，除此之外，还有五维空间。简单来说，零维空间就是一个点，没有上下左右；一维空间就是一条线，有前有后；两维空间就是一个面，有东西南北；三维空间就是一个粒；四维空间就是物体在时间长河中有一个顺序，就是过去、现在和未来。这就是我们熟悉的人类生存基本空间。但在这之上，还有五维空间，它存在的初始数是每秒 30 万公里，在这个速度之上，时间变成了物质性的存在，可以在任意片段去进行切入、观察和揣摩，可以从现在看过去和未来，时间是可以随意进入的，就像影片《星际穿越》所展现的那样。从方法论的角度来看，我们对事物的理解受限于我们对维度的把握。假如我们在两维空间里画一只老虎，我们用一个圈可以把它圈定在一个完整的闭环里。但问题在于，如果老虎是三维的，那么两维的圈对三维的事物完全没有限制。那么，互联网真的比传统媒介高出了一个维度，所以我们用

传统的方式去运作和管理它就出现了种种问题。

传统媒体是何种样态呢？是一种机构的样态，无论是印刷、报纸，还是传统电视，这些大面积的传播行为都是机构，以一种社会组织的形式出现的机构。因此在过去我们所进行的管理、面对的传播单位都是机构，我们制定的法律法规和管理方式是对机构而言的，借助于一系列的制度和手段，可以对媒体进行有效的管理。但互联网激活的是个人。互联网是以个人为单位的社会传播的基本要素。它把社会传播的基本要素从机构延伸到了个人，开辟了全新的传播空间。因此，我们用过去管机构的方式来管个人就出现了很多问题。

举个例子，中国迄今为止为颁发的互联网新闻信息服务许可证有 150 张，也就是说，只有拿到这个许可证才可以发布新闻，这就是对于机构的管理。但这种管理方式所付出的成本太高，已经到了管理机构无法承受的程度。现在个人作为自媒体的传播者，如果传播谣言就要受到惩罚，我们可以这样去威慑他，但仍然不能从根本上杜绝谣言传播的问题，如果人们看到的就是事实，把我看到的事实和朋友在互联网分享，就很难限制。但对一个机构，信息把关是容易做到的。

再举个例子，从媒体运作的角度来说，在互联网之前我们所面对的是一个“有限市场”。比如说，一张报纸、一份杂志、一家广播电视台，都是在一定覆盖范围之内有空间限制的“有限市场”。因此那时想要扩大影响力有两个办法：一个是“群狼战术”，上规模，在一个地方办 10 张报纸就能把信息传播，弄得世人皆知，抬头就能看到；另一个是“造大船”，有各类资源能使传播效应变得极大。我们也在互联网上造了若干个“大船”，并且也投资做了很多网站、APP、客户端，做得不算少，但是在互联网的无限市场上，我们在有限市场上所做的有效的、靠谱的事情，在互联网上变得“泥牛入海无消息”，好像无声无息，产出不多，与投入相比相当不成比例。这就是今天用“有限”去搏“无限”的互联网，这种做法既可笑又造成极大的浪费。

某大报客户端在几个月前上线的时候，邀请我去现场。学者被邀请总是要说一些恭敬的话，但从我们专业的角度来说，我无论如何都说不出太多恭敬的话，所以我很含蓄地指出了一点，他们在未来的一种可能性。他们的领导听出了其中的含义。我发完言后，他就主动坐到我旁边，说：“喻老师，您刚才好像言犹未尽啊，能不能咱们私下里跟我说点实话，到底你怎么看我们的客户端。”我问这位领导，“你要听真话还是假话？”他回答，“当然要听真话”。我说：“好，说真话的话，我觉得这个客户端 99.9% 的可能性是要死掉。”

这话是很不吉利的，刚刚诞生就说人家要死掉，他问，理由何在？我说，有几个理由。

第一个理由，在互联网上的竞争是一个全面的竞争，这个“全面”就是一个无限的广域市场上的竞争，而不是局域市场的竞争，局域市场上我们的对手是明确的，知道它有什么样的资源和能力。我们在一个互联网上的竞争，从任何意义上，它都是一场全网的竞争，所以你所做的任何竞争都是和这个网络上这个类型最强的竞争对手在做竞争，因此，必然是寡头竞争，是一种赢家通吃型的市场竞争。

我问刚才说的那位领导，“你们这个客户端在 APP 市场上打算做到前多少名？”他回答：“我们努力一下，应该要做到前 1000 位。”我说：“你做到前 100 位都没用。”他说：“为什么呢？”我说：“刚刚完成的一项中国智能手机用户调查，有两个数据，第一，虽然供智能手机下载的 APP 有很多，至少有几十万到 100 万，但是真正被人下到自己手机里的 APP 只有 23 个，也就是你必须在这 23 个 APP 里边，你才能发挥作用，不然的话，你何以发挥作用？”没等他回答，我又接着说：“你仅仅做到前 23 位还是不够的。另外一个数据是，一个星期里，人们至少点开一次的客户端有几个呢？只有 7 个。换句话说，如果你不能进入到前 7 位，你恐怕一个星期被人点开一次的机会都没有。那你何谈你的社会责任，何谈你的价值观？”

所以，互联网时代的媒体竞争就是一种寡头竞争，这是一种非常残酷的竞争。那么，既然是寡头的竞争，就要求你各方面都很强。所以，今天互联网的竞争是一种市场卷入度很高的竞争，这种市场卷入度就告诉我们，这种竞争是媒介产业的全要素竞争，任何一个要素的弱势化都会导致整体竞争能力和价值实现能力的下降。其实，传统媒体一直是以内容生产能力而引以为豪的，到今天为止，我还是一直听到“内容为王”这样的口号。当然，今天我们也有很多变数，有的说“渠道为王”，有的说“产品为王”，等等。然而，所有的这些“为王”在今天的互联网产业下都是伪命题，因为任何一个单一要素并不足以支撑它的价值实现，它必须是一个全要素均强的支撑，才能够获得这样一种价值实现的可能性。

我做了一个简要的梳理，至少要做好三个方面的工作，才能实现价值。首先是内容，要有好的内容、好的创意，我们做传统媒体，最自豪的就是擅长做内容。对于共性的内容和主流价值观的宣传等方面，传统媒体的确是训练有素，有专业技巧的。但是我们今天做的内容并不仅仅是共性市场和主流价值观的宣传，还有日益丰富的分众市场和个性化市场，那么，这两类市场的内容用原来的素养和技巧就远远不够了。其次，在互联网背景下，真正能产生巨大价值的平台都跟“微”字有关，微传播、微视频、微电影，等等。它激活了个人，把过去传播作为社会的政治构造和信息的交通工具还原成了个人的生活和常人的状态。所以，信息承载的就不仅仅是过去的宏大叙事，政

治的含义也具有更多的个人成分。因此，这种分众市场和个性化市场才是未来真正填满互联网空间的东西，但我们对这两个市场还知之甚少。

举一个例子，过去大众传媒的生产方式和如今的微内容的生产是不一样的，我曾在 2001 年做过一个比较研究，《纽约时报》的人工成本占总运营成本的 28%，我不知道这个比例是高是低，因为我们一直强调媒介产业是创意产业。就创意产业而言，人的投入是最重要的，但是这个数字并不算高，因为 72% 的投资都在物上，而不是在人上。我想拿美国与中国做个比较，就利用我的一些人脉关系在中国先后做了 4 个媒体的调查，分别是《人民日报》《南方周末》《北京青年报》和《北京日报》。我们调查了这 4 种报纸中人工成本在所有成本中占据的比例。结果让我吃惊，当时最高的是《南方周末》，占到 19%;《北京青年报》占到 16%;《人民日报》占到 11%;《北京日报》大概不到 10%。换句话说，越是机关报，对人的投入成本就越低，因为它不需要你有太多的个性和活跃度。越是要突出自身社会文化价值的媒体，它需要投入的人工成本就越高。所以我当时跟同事说，别看传媒产业叫智慧产业、创意产业，其实从投资角度，大众传媒业从来没有把“人”作为最重要的因素，它把钱都放在渠道上，所以在大众传播时代，渠道才是真正的“王”。但是到了微传播领域，你会发现完全颠倒过来，我们现在逐渐熟悉的微电影，最大的投资是给本子、给创意，然后是拍摄的钱，传播几乎不用花钱。从这个角度来说，微传播才是真正意义上的创意产业。其实我们在内容产业方面，我们需要开拓的地方还有很多。传统媒体有新浪微博做得好吗？有淘宝做得好吗？有腾讯做得好吗？我们离它们不是差一点半点，用户洞察就是对市场的把握，看得越真切，市场机会就越大。

两个月前，我去美国考察基于互联网的媒介，我发现美国已经开始研究移动互联网架构，基于移动互联网的应用才是他们的重点。所有的创新都是微创新，今天是回归到以个人为单位的时代，人们的需求变得丰富多彩，极其多样。这种多样性不是用过去的“造大船”“大兵团作战”等手段可以满足的。 当年，美军进入伊拉克、阿富汗的时候，面临的是“蚂蚁雄兵”的状况，一大批士兵到了那里，没有敌人，如入无人之境。但是，一旦驻扎下来，东一个冷枪、西一个炸弹，这边是陷阱，那一边又是一颗炸弹，弄得你狼狈不堪，战斗减员与非战斗减员一日胜一日，美国军队因此承受了巨大的舆论压力。

为此，美军进行了历史上一次比较重大的改革，就是进行“组织变形”。在面对这种“蚂蚁雄兵”的状况，用一队大兵国剿指挥部，或者指挥着千军万马去实施一项战略，这个地方投多少，另外一个地方投多少已经不行了。它面对的不是苏联、希特勒德国

又或是朝鲜战场的情况。它面对的是一种敌人神出鬼没，白天是老百姓，晚上是游击队员的情况，而正规军没办法同这样一种敌人作战。对此做出一项重要的“组织变形”，组成三人战斗小组。这三人里面一个是战斗专家，有能力对付五六个敌人；一个是爆破专家，面对各种小型障碍物，能进行各种有效的去除与爆破；还有最重要的一个是特设通讯专家。当前两者都不能解决问题的时候，通讯专家指挥后方进行军事策略应对，是派无人机轰炸、还是发射导弹，等等。谁离敌人最近，谁就是下命令的。美军用这样一种方式，重新掌握了对付“蚂蚁雄兵”的主动权。

其实，现在美国在互联网创新上为什么进展那么快，那些大公司都是从十几个人的小型公司开始的，有点类似于“798”艺术工厂，用一个车间，大概是两三百平方米的用房，十几人积聚一起，简单布置好电脑，就开始创业了。他们有句话说，今天 5 ~ 7 个人解决不了的问题，50 ~ 70 人解决不了，用 500 ~ 700 人去做就更加胡扯。这就是今天他们对于个人的这种“微价值”的认知，只能使用“微创新”对市场进行探测。这种市场探测里面，可能会有多次失败，但是只要有一次成功探测到有价值、有规模的方向的时候，那么大企业就可以用几百倍甚至上千倍的风投资本，把这个创意买下来，“微创新”的价值因此得到承认。而对于大企业来说，它们也免去了这种市场探测、创新和磨合的时间与成本，因此能够赚取比投入多很多的价值。这成了今天大企业与小微创业公司的一种生态关系。

事实上，今天对于我们做内容服务的媒体机构来讲，对用户市场的洞察，也是极其重要的。市场就意味着需求，有市场就是有支付能力的需求。因此，你对市场洞察的基准能力，就意味着市场机会的多和少。比如说，你所看到的市场机会与需求有 10 种，而我能看到 100 种，那结果是你做什么都不成。因为你能看到的别人也能看到，市场竞争状况非常激烈，竞争道路上充满各种用户与可替代产品。而我能看到 100 种需求，我能看到的地方你看不到，我就能如入无人之境。对我而言，市场机会到处都是；而对你而言，市场机会遍寻不着。这就是市场洞察的重要性。

市场洞察对于今天的传媒业来说，也是制胜的关键。大家用的小米手机，我曾请雷军来讲他的创业故事，他就讲到了市场洞察的重要性。在他创业之初，很多人会问，一个程序员出身的人，凭什么在一个针插不进、水渗不透的连诺基亚这种大品牌都逐渐消亡的市场上横插一脚。雷军说，当年我把投资人请来中国的时候，他说你先别讲故事，我只问你两个问题：第一个问题就是，你认识富士康的老板吧，做手机代工的。雷军回答，我认识他，只是我认识他，他不认识我。投资人又问第二个问题，你认识中国移动的老板吧。雷军回答，我也认识，但同样是我认识他，他不认识我。投资人

两手一拍，那你凭什么让我给你投资？你既没有上游产业的资源和优势，也没有下游应用进入的能力，那么你的潜在空间在哪里？雷军回答，我既不依靠上游，也不依靠下游，那么我依靠的是什么呢？我依靠的是我对于中国智能手机用户的了解，我有 100 个智能手机的天使用户，每天都给我写智能手机的使用报告。我有一整套大数据采集用户使用智能手机的需求、抱怨等的体验反馈，所以我最了解中国老百姓需要具有什么样功能的手机，能够接受多高的价格，对什么样的设计叫好，对什么样的设计吐槽。这就是我进入这个市场的优势所在，我是在中国手机市场上最了解用户需求的那个人。这就是"用户洞察"，这个理念成就了今天的小米手机。

再以"今日头条"为例。现在最前沿的一项对用户的洞察技术是什么呢？它对用户的了解并不是简单基于对于用户的行为反应。因为我们一般对于网上用户的了解，就是基于用户的点击、转发、评论行为。只要用户点击了，那就说明他对这个内容感兴趣；如果用户转发了，那说明在他心目中，这个内容比较重要，比较有意思，值得分享给朋友；如果用户花很长时间去做评论，说明这个内容在他心目中很重要。

我们一般基于这些行为来对用户的需求进行定义和了解，但这实际上是对"用户需求"的一种很狭窄的理解，为什么呢？首先，是人们已经意识到了需求，然后，这种意识需求通过点击行为表现出来，但这是其中很小的一部分。所以，用这样一种窄化的需求去理解用户，在产品和服务上进行相应的"吻合"，这一定会产生"信息减层"的效果。换言之，你所掌握的用户需求信息会越来越片面。对于人们生存发展的社会实际需要而言，你的产品或服务就不吻合了。因为你给他的，是他所需要的很小一部分，这种需求就跟实际的社会发展实践是不对称的。

那么，"今日头条"所做的需求研究是什么呢？他们是基于对一个人的社会生存的理解来进行社会分析。每个人都是社会化生存，而一个人具体的社会化生存空间是什么，靠的是他的交友圈子。比如说，我是大学教授，那么，我就有一个教授的圈子；我关注媒介研究，那么，我有一个从事媒介研究的学者圈子；我还是旅游爱好者，那么，我还有一个"驴友"的圈子，等等。每个人实际的生存空间，可以用他的圈子来加以定义。因此，"今日头条"首先计算的不是你的需求行为，而是你社会的交往圈，它对于你所在圈子的把握，然后计算这个圈子里面人们对于某一话题、某一信息、某一知识的某种需求强度，一旦达到某种需求强度，就被认为是这个圈子的基本需要。换句话来说，这个话题、这个信息、这个知识，是作为这个圈子成员应该知道的。无论你在这个圈子是否明确表现出对这些话题、信息、知识的需求，它也会主动给你提供。所以，它能超越你的显性需求，通过这种方式发现你的隐性需求。这就是今天对于"用户需求"

最为前沿的一种阐释，基于人的社交圈来进行需求的分析和衍化。这也是“今日头条”能够大行其道的根本原因所在。

以上我给大家分析了传统媒体在内容、平台和市场这三个方面都存在着明显的缺陷。因此，用传统媒体的方式来进行博弈，那么一定是做不好的，跟那种寡头竞争的要求之间，一定有非常大的差距。因此在今天，你如果仅仅靠一家媒体自身，把一个产品做强做大，这是近乎于不可能的。而过去这是我们的媒介产业，做强自己的影响力、做大自己的产业的一个基本方针。这就是所谓的“木桶效应”。一个木桶是由很多木板构成的，决定这个木桶容量的，是最短的那快木板。因此，我们如何提升自己整体的竞争力与价值，就是要把最短的那块木板补齐修长，这样我们整体的竞争力就上去了。而我们的媒体恰恰是按着这种传统的发展逻辑去做的。

但是在互联网时代，数字化正是传统媒体的最短板。20 多年来，我们每一天都在补齐和加强这块短板，这块短板也的确得到了提升和加强，跟 5 年、10 年前比，已经好多了。问题在于自己跟自己比，确实强了很多，但是在整体的互联网所造就的市场的平均竞争强度的大背景下，它提升的速度，要比传统媒体自身提升短板的速度要快得多。打个比方，自己提升了 50 厘米，而别人提升了 5 米，跟市场具体要求相比，你不但没有提升，反而落后了。这就是今天为什么靠一个媒体单打独斗，很难走出互联网平台所构造出的新的市场和平台要求的一个很重要的原因。单靠自己的力量，用旧木桶的效应去提升自己的影响力与竞争力，已经不行了。它要求我们，必须要走出自己的一亩三分地，要在一个互联网所提供的新的平台上，在外部去跟相关的资源去进行聚合。我有好的内容，以自己所长跟技术平台的人、技术研发者、用户洞察者等各种机构，进行强强联合，迅速提升自己的品质和能力，形成一个新的木桶，这就叫作“新木桶效应”。

这就是今天传媒业发生的一个变化，外部资源卷入程度要求我们走出自己的“一亩三分地”，跨越资源狭隘的界限，用更广域的市场资源来形成一种新的资源组合，这是一种新的模式。那么第二个模式呢，是内容卷入度。从一个内容产品所具有的内涵的角度来讲，它的卷入度同样很高，这就是另一个很重要的方面。我们过去做大众传媒，是在一个内容短缺的时代，是一个有限的“新闻窗”。因此我们要满足的是什么呢？有限的新闻窗、有限的信道容量、满足尽可能多的人的共同需要。我们过去造就的一整套内容生产的逻辑原则和法则，都是少说废话，摆事实讲道理。那些逻辑信息、事实信息放在里面，就构成了我们传播的一个基本法则。但在今天，我们都知道，单靠这样一种摆实事讲道理，纯粹的逻辑信息、语意信息和所谓的价值信息放在那里，它的

魅力与吸引力却在迅速递减，为什么呢？很大程度上是因为今天的互联网传播，已经把社会传播跟人际传播的界限去除掉了。今天在互联网上的社会传播也具有人际传播的性质。如果从个人生活发展的逻辑角度来看，人们通过互联网已经不仅仅是满足获得信息和知识这么一个相对单一化的需求，人们通过这种信息交往，是需要更多的价值实现。情绪宣泄也好、价值实现也好、个人存在感的表达，都要通过传播来加以实现。所以，过去那种单纯的逻辑信息、语意信息、理性信息传播，已经不能够承载人们如此丰富的生活和作为人们的生活价值连接的需求。因此，承载内容的单一性，也使传统的内容出版方式所具有的价值严重不足。

最典型的例子就是《纽约时报》。我们都知道,《纽约时报》这种精英化的内容生产，在全世界都是有口皆碑的。我那时候看到过一篇文章是这么说《纽约时报》的：同行相轻，古今中外，传媒业也概莫能外。但现在世界上只有一张报纸是例外的，对于《纽约时报》的品质，几乎所有的新闻人都是认可的，因为它的确以自己的实践作出了辉煌的业绩。大家有时间的话，可以去翻翻《纽约时报一百年》这本书，讲它在 20 世纪 100 年里所作的报道，它表现出来那种深刻的洞察力，以及对事实的把握力度，的确是奠定它专业楷模地位的基础。

但是，就算是《纽约时报》这种精英化的尽善尽美的生产团队，在今天它的影响力也是在下降，尤其是它的市场营收日渐衰退。当然，它不是没有做数字化的转型，很久以前就开始参与数字化竞争，并做了大量的投入，所用的技术也很高级，应该都做得不错。但是今天,《纽约时报》为什么没有能够扭转下滑的趋势呢？其实就是因为精英对抗，是一种封闭式的生产方式。至今为止,《纽约时报》都是不开放的，靠少数精英为全世界设置议题，并提供解释说明的方式。当然，在它所做的单一产品里面做得很精致到位。但是，与人们日益增长的对于媒介丰富内容承载性的要求相比，这种封闭性就使《纽约时报》的价值扩张受到了极大限制。人们无法通过《纽约时报》所传播的内容来表现自己的存在感、主动性、创造性等，这些人们今天需要通过传递的价值在《纽约时报》的平台上无法体现。所以,《纽约时报》的价值就变得越来越低了。

这么说，大家可能会有些不理解，我就举个例子。比如说，苹果电脑公司，乔布斯在第二次上任的时候，他做了一个了不起的改变，跟他第一次就任总裁的时候是不一样的。原来就是靠他独立设计出来的硬件、软件，制作成一个极具技术和市场特色的电脑，做得很精致，也有很有特点。但那时候的苹果电脑只能是少数人手中的产品，只能满足那些有绘图、艺术和其他专门需求的人。但是第二次上任之后，他为什么能够把苹果做成世界第一？原因是他采用了开放性的思路，把自己的全部注意力和精力

都放在了创意上，而不是软硬件的设计和制作上。他把所有精力放在了满足人们在通讯和社交上的需求，把新一代苹果电脑做成了一个最精致的、最具创意的，类似于一个艺术品的东西。而他的硬件，是全球采购的，他的软件也是开放性的，对符合他规则的客户端 APP 都是开放的。这就是乔布斯的成功秘诀。正是这种开放性，使很多人能够在苹果电脑上找到自己的需求，因此，使苹果电脑创造的价值，无论是 iPhone、iPad，都立刻成为在世界范围内影响人们生活的革命性产品。我们可以设想，如果乔布斯用他自己的团队去做 APP 客户端，我相信一定能做出非常精致、非常漂亮的产品，能做出 5 个、7 个、20 个，但是即使他做了二三十个精致的 APP 客户端，他能满足人们在生活中那么丰富多彩的需求吗？一定是做不到的。所以，《纽约时报》的封闭性使它走向末路，而乔布斯的开放性，使他能够跨越到移动互联网平台之上，这恰恰是符合互联网思维的。

因此，今天在传播内容里面，我们就会突然发现过去忽略的那些品质和要素，今天忽然变得很重要了。过去我们只重视逻辑、理性信息的打造和锤炼，但是今天我们发现，同样一句话、同样一个道理、同样一种逻辑，你说跟我说就不一样，用这种口气说跟用那种口气说，得出的效果也不一样，哪怕是一个姿态、一个表情、一个语速，都有可能成为影响传播效果和价值实现的关键性因素。因为在今天的传播当中，人们除了语义信息之外，还有一种重要的判断依据，那就是关系判断，情感信息和关系信息。而这些都是用过去那些我们排斥掉的非逻辑性、非结构性、非理性的信息来表达的。

有一次，我去参加一个学生的婚礼，我给他们讲了几句话。我说，你们都长大了，什么叫成人、什么叫成熟、什么叫懂事，可能已经有很多人定义过了，但是今天我要对你们讲的一句话是，你们要学会容忍双方家长对你们讲的废话。因为社会学研究表明，一个家长要对小孩说的话，在 16 岁以前，已经说完了，16 岁以后说的话都是重复的、没用的废话。但是为什么你们越大，家长越要对你们说废话？当你不理解的时候，你就会心生烦恼：啰唆什么呀，我早知道了。但是，等你年龄逐渐长大，到了 30 岁、40 岁、50 岁的时候，你才会深刻地理解到，为什么家长会对你说这些废话。其实这些废话并没有实际意义，比如，早点回来啊、慢点走啊、小心点啊之类的。这些话其实都是没有用的话，没有实际意义的话。但是，家长透过这种唠唠叨叨去表达他对你的关心，你在他心目中的重要性。所以，你真正懂得这些信息，你就会读懂所有的絮语里面就含着三个字，那就是“我爱你”。当你读懂这三个字的时候，说明你已经长大了、懂事了，再对家长的絮语唠叨，你就不会心生烦意，你会有一种温暖贴心的感觉，有一种感恩的感觉，到那个时候，你真的已经老了。但愿我的学生们能早一点听懂这些话，

别等到你已经五六十岁，家长已经不在人世的时候，你才明白。当你想孝敬回报的时候，他们已经不在了，已经没有机会了。

这些就是我们所说的那些看起来没有用的信息，其实传达着重要的情感信息、关系信息，而所有这些信息，在我们过去的传播构造中，都是未加以关注的，而今天却可能成为传播价值实现至关重要的因素。这就是微传播、微价值给我们带来的改变，在话语的内容构造方面出现一种新的情况。因此，互联网对人们从内到外进行了彻底改造。

那么，互联网到底是种什么东西，我简单来给大家作些解释。对于互联网的定义有很多，但是我真正看到的，能够让人觉得简单明了的东西还没有出现。我很欣赏马克思说的一句话，他说，理论家的最高境界就是两个字，透彻！能够把一个复杂的事物说得简明扼要、通彻、透亮的话，那说明你抓到了问题的本质。那么，我们试着用这样一个要求，来对互联网作出解释。在我看来，理解互联网，说复杂很复杂，说简单极其简单，就两个关键词，一个是链接，另一个是开放。那么链接讲的是什么呢，链接讲的是互联网改造世界，形成它独特的价值和功能的基本方式，都是通过链接来加以实现的。没有别的，互联网发挥任何作用、任何功能、任何价值，都是在链接的状态中来实现的，所以这是把握互联网价值形成、功能形成、影响力形成的一个关键概念，那就是链接。

说到开放性，则是在互联网打造的平台上，无论是作为个人、作为机构还是作为组织，都应该用一种开放的心态去拥抱这个新的世界，开放我们的信息、开放我们的资源、开放我们的权利。没有这种开放性，你就会成为互联网的一个“嫁接”，哪怕你再强大，不可能充分利用互联网带来的诸多价值、利益、好处，你只能成一个嫁接者，最后逐渐失去你的价值。所以，只有开放才能做强。在互联网上，哪怕是一个一文不名的小人物，用开放性的方式，也能创造出奇迹。简单来说，互联网具有核裂变式的传播效应。过去我们要把一个声音传播到很大范围，只能依靠传统媒介层层把关筛选，符合它标准的才能够传播出去。一个亚文化或者其他状态的话语信息，想要大面积传播出去，绝无可能！今天在互联网上，哪怕你只是一个小人物，你说的话、主张、意见或者做的某件事，能够得到很多人的关注与认同、实现情感和价值共振的话，你就能在层层选拔中达成一个核裂变式的传播，可能你的传播范围和影响力，比中央电视台、比新华社还要来得巨大。

互联网到底是如何通过链接来改造世界的？首先，是内容的链接。起初三大内容门户网站——新浪、搜狐、网易，利用它们的海量存储和超级链接，造就了内容的巨

大链接。在互联网没有出现之前，我们的内容是分布在各个媒体的、各个局部的碎片化的存在。所以，我们要查阅一个资料，成本是非常高的，需要到处检索搜查，花费时间、精力代价很大，就是因为内容分布的支离破碎，存在于社会的各个角落里面。而互联网实现了对这些所有内容的链接，再加上谷歌、百度强大的搜索功能，使任何一条信息，哪怕是一个文本碎片都尽在掌握之中，极大地降低了我们对于信息、知识利用的成本，提高了内容应用的效率和方便程度，造就了知识生产与消费的崭新格局。

什么叫崭新呢，给大家讲两个例子，大家就会明白。人大新闻学院有一位新闻史学界的泰斗方汉奇先生。他也经常到清华来，讲过很多课，开过很多会。方老为什么奠定了新闻史学权威的地位，其中很重要的一个原因之一，就是他对于史料掌握的丰富程度。他给我们还是研究生的时候上的第一堂课，就是如何做学术卡片。把报刊上各种各样的材料、数据、案例、观点用卡片的形式记录下来，成为自己的学术资源。他在 20 多年前给我们上课时说过："你在一个主题之下如果有 30 张到 50 张卡片，就能写一篇好文章；如果在一个主题之下积累了 300 张到 500 张学术卡片，就能写一本还说得过去的学术专著。"这就是当时的学术生产跟你资料占有情况的对应关系。你知道方老积累了多少张学术卡片吗？将近 60 万张学术卡片。你如果不进行 30 ~ 40 年的学术积累，恐怕你连跟他对话的资格都没有。因为他掌握的史料实在是太丰富了。这就是他成为学术高地的重要原因。

人大新闻学院还有一位高人，大家也都知道，那就是陈力丹教授。陈教授的"绝活"就在于对马、恩经典著作的熟悉程度。熟悉到什么程度？凡是你能说得出来的马、恩著作里边的某一句话，只要跟新闻传播有关系的，他可以不假思索地脱口告诉你说的在第几卷、第几页上。不但能告诉你在第几卷、第几页上，而且还能够说出在旧版的第几卷、第几页上，在新版的第几卷、第几页上。这就是他的绝活。那么，有人就说，那其他的呢，比如哲学的、经济学的、社会学的、其他方面的相关评论，陈教授的熟悉程度又是如何呢？你不信可以给他打个电话，你找一段，他只要在家的话就会告诉你说，等一下，我去查一下。几分钟之后，他会来告诉你，说这是马、恩全集第 23 卷第 58 页上。这意味着什么呢，这意味着你刚问他的这段话他是知道在第 23 卷，但是他不确定是在第 58 页还是第 59 页上，作为一个严谨的学者，他要去查一下。这就是陈教授对于马、恩经典熟悉程度的真实写照。在江苏电视台《最强大脑》邀请我做推荐的时候，我那时候真想推荐陈教授，对于马、恩著作的熟悉程度能出陈教授其右的，真的，到现在为止我没有看到。尽管我也读了很多遍马恩全集、列宁全集，但是熟悉程度和陈教授相比完全不在一个量级上。

当内容互联成网的时候，这种博闻强记的能力，今天已经算不上什么了。这样的“绝活”，是一个高中生甚至是一个初中生都能够在 15 秒钟的时间里做到，他只要把“党性”这个词输入到“马恩全集”这个数据库里边，立刻就能弹出频次以及它所在的文本就在哪一卷、哪一页，非常准确而且详尽。这就告诉我们，只要掌握了互联网，已经不需要几十年的知识积累，就可以对这样一个内容进行如此全面的把握。这就是内容互联互通之后给我们带来的这种价值。它对我们研究有什么好处呢？去年，我有一个硕士研究生写了一篇文章，他想研究我们党对于“敌人”的定义有哪些具体的内涵，到底是怎么界定它的。如果按我们传统的方式去研究的话，哪怕是个训练有素的学者要去完成这个课题的话，我相信没有半年甚至更长的时间绝对做不到。为什么？首先，我要进行文献的大量检索和定义，然后我要进行这种各种各样的文本分析，还有某种社会历史背景分析等，非常繁琐。

但在今天，一个硕士研究生只需要三天时间，就完成了一篇高质量的论文。他是怎么做的呢？首先，他寻找了一个最具代表性的文本库——《人民日报》全文数据库。这是代表中国官方主流话语的最为权威的一个文本库。其次，他在这个文本库当中输入了一个关键词——“严重伤害了中国人民的感情”。这个词输入了之后，这就是我们说的敌对行为嘛。历史上大概有三十几次被党和政府宣布“严重伤害了中国人民感情”的人物和事件。把这些文本，从《人民日报》全文数据库当中下载下来之后，第一，频次有了；第二，再用社会网络分析的方式来进行相应的词义分析，马上就可以知道在这个关键词的周围有哪些名词、哪些形容词、哪些动词，而且它出现的频次和与它的字节数的远近。这两个指标就能很快搞清楚。名词是什么、动词是什么、相关的事件和行为、形容词是什么，是我们党对这件事情的各种评价性的用词。这就是非常清晰全面地呈现出党和政府对于“敌人”这个定义的内涵。他仅用半天时间就完成了数据检索，再用两天半的时间形成文字，一篇高质量的论文形成了。恐怕过去一个训练有素的学者用半年写出来，也未必能够达到同样的水准。受此鼓舞，他又写了一篇文章，研究我们的“朋友”——就是中国人民的“老朋友”。用这个关键词又重新键入到《人民日报》全文数据库当中，这时候，出来的关键词就多了，大概是 50 多个，朋友当然比敌人多啊。然后，这次除了前述的分析之外，他还做了历史材料的分析。有的是 1949 年之前就宣布为中国共产党的朋友的，还有的则是在“文革”时期和改革开放时期被宣布为“中国人民的老朋友”的。通过这种历史分析就可以“知道”，哪些词、哪些概念、哪些内涵是相对稳定的，多少年都不变的，而哪些是在不同的历史时期有变化的。这样一个分析既有历史价值，又可以帮助我们认识现代社会。利用互联网做

学术研究，比过去简单、易行、高效，质量还有了很大的提升。

总体来看，当内容连网成片的时候，我们利用知识和信息的成本极大下降。无论是时间成本还是其他的成本都下降了，但效果却有了极大的提升，对于内容使用者来说真的是好处多多。但是对于内容生产者而言，又是意味着什么呢？这就是媒介融合带来的巨大的竞争压力。当内容没有连网成片的时候，人们获得的信息是具有垄断性的，只有你才能能提供信息。但是当内容联网成片的时候，你就不是个唯一的信源，即使你不报道，其他的媒介也能报道，人们通过其他的渠道——比如上网——也一样能够获得他们所需要的信息。这就是内容连网成片之后在传播竞争方面形成的新格局。

有人做过一个研究，说原本一个媒体机构 100% 占有本地市场，在连网成片之后，在媒介融合之后，90% 以上的内容它不报道，别的媒体同样能报道，别的渠道同样能提供。这意味着什么，这意味着传统媒介在互联互通之后，价值至少被剥夺了 90% 以上。那么，它面临的竞争压力能不大吗？此外，媒体如何去支付这样一个内容成本的提升？如何创造一种独特的内容就成了关系到媒体生死存亡的问题。如果想加大自己的生产量，恐怕成本会很高。那么只有一种方法，利用每个人的内容生产能力，所创造出来的内容既是独特的，又是低成本的。这就是互联网思维的体现。

我们再来接着讲“人际网”。人际网的形成是在互联网形成之后一直在发展的，但社交媒介的出现成为人际网发展的一个里程碑，2009 年 8 月新浪微博的整体上线和之后出现的各种各样的社交媒介，一直到后来的微信等，使人们之间的联结成为一个社会的基本现实。你想这是一个多么了不起的事情。你们年轻人可能体会不到，过去人和人之间的通信很难，成本很高。我记得 20 世纪 90 年代初我夫人出国的时候，那个时候我的工资收入是每月 300 多块，那时候跟她通电话，没有手机，只能通过长途电话，要到西单长话大楼去打。家用电话是不能直接拨长途的。我们就约定，每个月的第一个星期六的晚上 11 点半到 12 点，我给她拨电话。那个电话费的标准至今刻骨铭心，心痛啊，一分钟的通话是 17.8 元。我每个月拿出 1/3 的钱买 1 张 100 块钱的电话卡，只能通话不足 7 分钟。现在你要到国外去，哇，弄一个随身的 WiFi 热点，大概现在淘宝上的价格就是 50 多块钱 1 天，它可以支持 3 ～ 5 个人的使用，如果是 3 个人的话一天的成本也就是十几块钱。你就可以很方便地随时随地互联互通。这个成本多低啊。

这就是今天，人与人之间的联结变得异常的方便和快捷。而且不单可以被熟人所联结，还跟陌生人有了那种“弱联系”。这个“弱联系”虽然在平时看不出有什么作用，但如果你愿意以某种方式去激活它，你可以检索到他，你可以找到他，你可以了解他，你可以去跟他发生某种关联，就把过去那种所谓的“弱联系”变成具有功能价值的强

关系、强联结。这就为强关系、强联结提供了巨大的、丰富的可能性，这就是人际大网形成之后的最重要的社会价值，但是迄今为止，我们还没有充分认识到人际网形成之后所产生的价值。今天，人们还固执地认为，人际大网形成之后最大的价值是什么？自媒体。因为我们对于社交媒介联结的东西始终是从广播媒体或自媒体这个功能上去理解的。微博一出来，马上就有人说了，形容你的价值，就说你有 1000 个粉丝就相当于办个企业内刊，你有 1 万个粉丝就相当于办个杂志，你有 10 万个杂志等于办个都市报，你有 100 万个粉丝等于你办了一个电视台。有位媒体老总到人民大学作讲座时甚至这样说："《人民日报》在发行量和覆盖面上不如姚晨，她的微博有 3000 多万粉丝，而《人民日报》在中央文件的推动下也就是 300 多万份的发行量。300 多万份，拿你们喻教授的话来说，《人民日报》是最干净的一张报纸。内容上是干净的，物理性质上也是干净的，都没翻开嘛，是吧？"现在的主流大报至少在覆盖率、人口接触率方面真的不如"大 V"的微博。

如果让这种"大 V"去进行市场合作和网络营销，那些粉丝上千万级的"大 V"，你让他发一条软文或广告，开价是 15 万，他真的具有这个价值。因为他的收入减去它的成本再加上他个人信誉的背书，与大众传媒相比，微博确实有价值上的优势。

你看新浪上的"不加 V"，就是过去的木子美，可能你们年轻人对木子美不太了解。她曾经写过一本很轰动的书《遗情书》。她把跟不同男子的性经历用一种比较白描的方式写出来。她是很另类的一个女作家。她辞职后做专栏作家，卖字为文是很艰难的。她一直在抱怨自己生活窘迫，因为钱很少。一篇文章赚不了多少稿费。但是从去年开始她就不抱怨了，为什么呢，她找到了一条新路。她为淘宝小店上那些卖女性用品服饰的店主做广告，她要价很低，每条广告只要 600 块钱，一天发得不多，6 ~ 8 条，但是薄利多销。你想啊，加在一起就算是最低 1 天也有 3600，1 个月就干 20 天也有 7 万块多，所以她现在收入很高。因此，互联互通之后的人际网上边，如果你具有相当数量的粉丝的话，的确具有自媒体的性质。但这样的一种联系只有媒介的功能吗，当然不是。其实它最大的价值在于对个人资源的激活，这是人际大网形成之后最大的价值，而我们每个人过去看似没有价值的资源，或无法利用的价值资源，在人际网的联结之下被激活了。

最近有本畅销书，叫作《世界是平的》。这是 10 多年以前《纽约时报》的一位专栏作家写的，很有影响。他指出，通讯技术的发达在世界范围内改变了生产方式和人力资源的配置。他举了一个例子，由于卫星通讯和光缆技术的发达，劳动力人口的配置出现了世界性的转移。过去要建一个客服中心，三五千人，在美国成本是很高的，

美国的工会组织是极其强势的，代价和成本极高。但是由于有了卫星通讯和光缆技术，美国很多客服中心搬到了地球另一端的印度班加罗尔，它也用 5000 人，但是成本只有在美国的 1/12。而且在当地极有号召力，大家都争着要做这份工作。这就造成了劳动力资源在全球的重新配置。同样道理，今天这种人际网络的形成，社交媒介的发达，给我们带来的变化更大，简直是把人类生活的方方面面都关联在了一起。

过去我们身上各种各样的不被利用的资源，都有可能被激活、利用。打个最通俗的比方，过去沙滩上的沙子我们都知道里面是含金的，但是为什么没有人愿意去开采呢，因为它含金量太低。开采的成本太高。假设从这一滩沙堆开采出 1 克金的成本是 3 克金甚至是 5 克金，谁会去开采？这就是没有价值的资源。但是，如果我们发明了一种新的提炼技术，只用 5 块钱就能提炼出 1 克金来，所有的沙滩都变成了宝贵的资源，大家就要圈地了。这就是由于技术的革命性，使过去不能被利用的资源今天成了宝贝。互联网——尤其是社交网络——就是这样一个能够把资源激活的新型工具或手段。

过去我们的体验或经历只能跟周围的人进行分享，我到哪个地方去旅游、我到哪个餐馆去吃了一顿饭，这是很宝贵的经历，我又花了钱，又花了时间，当然是很宝贵的资源了，但只能在很小的范围之内自生自灭，没有太大的价值，不能成为人类共同的财富。但是今天，互联网就做到了，我们大家现在去订餐的时候常常用“大众点评”，这就是互联网思维的产物。一个人任何一次经历都能成为其他人进行同样选择时的决策参考。这在前互联网时代是绝难想象的，但这在互联网时代简直就是小菜一碟。这也就是说，任何一个人一次经历的价值就变成了全人类的共同财富。在互联网上，人们可以实现点石成金。

再如，过去我们说的知识生产是一个多么高大上的事情。比如说，《不列颠百科全书》，如果我们在座的人能够成为它的特约作者，还不要说是编辑，哪怕写一个词条，那都是至高荣誉啊。但今天，这种少数人为所有人定义和解读知识的方式已经过时了。所以去年《不列颠百科全书》宣布停止纸质版的生产。这是因为有了定义和解读知识的新方式了——维基百科。从理论上说，它是利用全人类的智慧来进行知识生产，哪怕你是个一文不名的小人物，只要你在这方面有自己独到的见解，就可以跟全世界的读者分享。在今天不仅是定义知识了，它连新闻事件都在实时传播了，已经成了一个活的百科全书了。这就是《不列颠百科全书》和“维基百科”之间的区别，前者是一个高大上的、普通人难以企及的一个知识生产，后者则是在一种新的技术模式下，使每个人成为贡献者，这在过去是很难想象的。互联网就是这样一个“激活”个人的“软利器”。未来这个世界上出现的最大的资源，不是在某个地方发现了什么金山银山，而

是在互联网上把美国人的个人资源用某种方式激活，进行检索、匹配和整合。

这就是互联网给我们这个世界带来的最大的改变，也是未来创造价值和功能的最基本的方向。这就是互联网把人们联系在一起的真正价值所在。互联网其实就是人跟人相处过程中财富的信息化和功能的可控化。最近开始流行的可穿戴设备也是在互联网的范畴之内。它极大地提高了我们利用资源的效率和对它进行控制的可能性。实际上，迄今为止通过链接形成了三大网络——内容网、人际网和互联网。因此，在很大程度上，我们要去理解互联网，就要按“链接”来理解它，那么它有效激活了构成这个世界的社会要素与个人要素。从个人成为社会和生产配置的基本元素这个角度来说，互联网向我们展示了极为丰富的想象空间，以及进行各种运作和整合的可能性。

因此，在互联网关联整合各种元素形成价值输出功能的背景下，竞争不是互联网世界的主旋律，合作、发现、匹配、整合，这才是互联网最大的价值产出。所以在互联网的世界里边流行一个名言，就叫作“如果你把机会给了别人，别人也会给你机会。你给别人机会越多，你的机会就越多。而如果你把所有的机会都封闭在自己的囊中，你就失去了所有机会，别人也不会给你机会”。这就要求我们用一种开放的方式，充分利用互联网所展开的新逻辑来进行对接。开放我们的信息，开放我们的资源，开放我们的权利。换句话说，如果我们的权利不跟这个世界进行交换的话，恐怕我们也很难整合和利用别人的资源，跟别人实现有效的连结。这就是互联网世界所提出的一种全新的要求。从个人来说是这样，从国家和政府来说也是这样。这就是我所理解的互联网逻辑。

录音整理 / 杨瑛、叶剑霞、乌列斯

校对 / 赵涵漠

第十三讲
传媒的融合式变革、影响逻辑和竞争焦点[1]

◎ 陆小华

法学博士、高级编辑、传媒研究专家，享受国务院政府特殊津贴，现任中国政法大学新闻与传播学院院长、新华社音视频部副主任、中国新华新闻电视网总编辑；曾任新华社新闻研究所所长、《中国记者》杂志总编辑、中宣部"四个一批人才"评审组成员，并连续担任十届中国新闻奖评委、清华大学兼职教授；在经济学、新闻学、法学领域出版过多部专著，其中有《整合传媒——传媒竞争趋势与对策》《再造传媒——传统媒体系统整合方略》《激活传媒——传媒竞争力发掘与执行策略》《新媒体观——信息化生存时代的思维方式》等。

非常荣幸，感谢史老师给我机会来再和大家交流。今天交流的题目是《传媒的融合式变革、影响逻辑和竞争焦点》。在讲座之前，做一点简单的讲座意图的解释，我的一个基本判断，传媒目前正在走向融合式变革，它不是简单的新媒体消灭传统媒体，也不是简单地在传统媒体中发展新媒体，这种结合不单是拓展了一个传播平台，实际上，对传统媒体和新媒体目前的运行状况、运行理念等都会产生影响。从外延看，对用户的信息消费行为、精神产品和物质产品的消费习惯都产生实质性影响。传媒的融合式变革这个题目我在其他地方讲过，那么，今天趋势我就不讲了，路径简单讲一点，今天的核心是想和大家讨论传媒融合式变革中的影响逻辑和竞争焦点。我准备了这样一些问题：第一，融合式变革的三个路径，简单讨论一下路径作为我们下面讨论的一个基础；第二，是新媒体关键影响能力分析，到底新媒体什么东西在影响人；第三，是关系链传播中的影响逻辑；第四，是新媒体发展对新闻舆论的影响。按照史老师的安排，我们大概讲一个半小时或者多一些，然后留一点时间我们大家互动一下。我刚才看了名单，主要是来自新闻传播领域的学生，但是我看还有来自美术学院、建筑学院的学生，

1　演讲时间：2012 年 9 月 27 日。

我们互动的时候希望来自其他学院的同学也踊跃参加。

融合式变革的三个路径

我们开始今天的讨论，首先讨论第一个大的问题——融合式变革的三个路径，我们正在进入融媒体竞争的时代，在这样的时代，不同的媒体工具、不同的产品形态与新的方式在融合形成新的产业业态来顺应受众消费需求和消费方式的变化，其中，这种产品形态和媒体工具的融合对新业态的产生发挥了重要的影响，那么，这种变化是以往我们提出数字媒体观的深化。十多年前，我们对数字媒体观的讨论，大家可以网上去找一下，从十多年前开始，在多个不同的场合对数字媒体观做过讨论，那么，这种变化在我看来它是一个深化，重要的是它会形成新的竞争方式。

在这样的变化下，如果我们冷静、宏观、抽象地来看，传媒的创新努力大体上是依循三种思维和三个路径，我们把各种具体的创新努力抽象来看，大体上就这三个：就是垂直整合、跨界复用和替代选择。

（一）垂直整合

如果从经济学的角度来讨论，整合是产业链上下游的整合，那么这种整合在传媒相关的领域，我们已经看到它已经不是单一产业链上的整合，那么，跨界复用事实上是多个媒体目前正在做的努力和选择，而替代选择更代表着用更低成本、更高效率实现潜在意图和目标。我们首先来讨论垂直整合，在传媒领域的垂直整合，在我看来它不是简单的纵向一体化，它是以新的理念在做垂直整合，以适应在今天从整体上看传媒正在进入的体系竞争。什么是体系竞争？大家都关心的海洋危机事件与此相关，大家会讨论到是战争，那么从战争的形态看，人们是从单兵作战到后来的团队作战，然后进入热兵器时代，进入热兵器时代也依然是团队，然后是合成军兵种，空军和陆军的协同作战，1949 年新中国成立以后的案例就是解放军攻打“一江山岛”，之后这种协同程度更高。今天战争的基本形态实际上是体系的对抗，比如说，前段时间大家都注意到北斗卫星系统的十五和十六两颗星，用“一箭双星”的方式发射上天，那么在今天想打赢战争，基于天机的导航系统是所有协同作战的基础，中国拥有了自己的导航系统才可能真正实现在战争状态下对敌方、对所有作战区域、各方力量实施监控和精确实施打击，那么从商业来看，亚马逊可能是人们注意到的大家都注意到最强的一个

整体生态系统的企业，大家都注意到超市，都注意到电商，其实电商、超市成功的关键之一就是强大的物流体系，那么，仅仅有零售平台、云平台、物流平台，如果没有一个强大的体系，它实际上是赢不了的。这样的体系竞争同样发挥在传媒领域里。

我们来看苹果的案例，大家都知道乔布斯回归苹果之时，苹果是亏损，苹果从亏损到乔布斯离世大概是 14 年多，在我看来苹果从亏损到领先就做了四个选择：

第一个选择，是专注移动需求。其实苹果我们会看到，新的苹果、乔布斯回归之后的苹果所做的设备主要是移动终端，满足移动需求，无论是 iPhone、iPod、iPad、iPod Touch，包括超便携的苹果笔记本，大家去看看它的收入构成就会发现，传统的台式机单机的利润率虽然也很高，但是它对苹果整个的贡献率远远让位于移动终端。

第二个选择，就是重新定义了智能终端。在苹果介入手机之前，手机至少是很多个按钮的，那么苹果重新定义了什么叫智能机，将近十年前我们说手机将向两个方向发展，一个纯粹是通话工具，另一个可以负载更多的功能，那么苹果更进一步推广了它。

第三个选择，是苹果构建了应用体系，苹果构建应用体系也许是一个偶然的选择，也许是因为美国的唱片工业通过打官司把最早分享音乐的网站灭掉之后，美国唱片工业依然没有解决在互联网上怎么去竞争，那么，这时苹果就开始谈判，你同时想卖 14 首歌是垄断，其实人们只想买 1 首，那么怎么办，我可以替你一首一首地卖，所以使得美国的唱片工业接受了苹果的条件，那么 iTunes 才开始售卖音乐，售卖音乐之后再开放软件工具包，然后是大量的第三方应用商上线，现在是 70 多万种应用，这种构建应用体系之后苹果因为有了 70 万种应用，使得人们更愿意使用苹果的移动终端，从苹果的整个收入构成看，它从 iPodstore 中所能分得的收入在苹果的整个的总收入中大概不过就是 23%，但是因为有这样的苹果应用体系，它的硬件成了人们忠实的追踪对象，成了一种生活方式的代名词，因此，尽管苹果手机本身的质量和其他手机相比是一样的，但真正考虑苹果的竞争力，它的应用体系却是最强大的，今天人们把它称为苹果的生态系统，那么这个生态系统已经成了消费电子业界的规则。大家会看到摩托罗拉、诺基亚都摆脱不了被并购的命运，大家最近都知道，摩托罗拉南京的设计中心关门引起了裁员风波。大家会看到 360 做手机，比如说，诸多的软件厂商做手机，事实上这一切都是因为苹果作为这个领域的领先者已经奠定了这样的规则，使得其他追随者想在竞争中保持一定地位就不得不跟着它。大家都很清楚诺基亚的案例，诺基亚六年前的销量排名是全球第一，那么现在已经落入了等待被收购的境地。

第四个选择，就是跨界垂直整合。跨界整合是因为苹果有了前三者才有了极强的谈判能力，所以它有了跨界整合能力，那么我们看，这是苹果的股价，今天我查了一

下每股 665.18 美元比昨天还低了一点，但是它的总市值已经到了 6235.44 亿，那么，当达到 5000 亿的时候，全球的财经媒体都争先报道，大家都觉得非常惊讶，一个做消费电子的公司，它的市值只比美国最大的公司通用低一些，今天它已经过了 6000 亿，而分析师鉴于 iPhone5 上市之后的这个一周的在官网上的订货量依然对它很看好，那么它的成功在我看来，就是乔布斯构建了这样一个生态系统，使得苹果在我们所能看见的一段时间内依然有其强烈竞争力。那么，大家去看看它的垂直整合：它能够整合应用商。苹果产品强大的功能可以为应用商吸引来用户，使得运营商通话费、数据费的 30% 要支付给苹果。它还能整合内容提供者和广告服务，广告服务实际上是三七分成，那么在苹果商店里，在其他的版权协议商也是三七分成，实际上大家如果看它的报表、收入构成就会发现，虽然这样的三七分成包括苹果商店总的收入并不高，但是却构成它强大的竞争力。实际上这样的收入结构已经颠覆了我们以往对于一个企业核心竞争力的讨论，人们过去认为，企业的核心竞争力是企业最大利润的部分，而苹果不是，苹果最具竞争力的部分是它的生态体系，而它的利润从硬件中体现出来，所以很多人去肢解新的 iPhone5，然后告诉大家它的每个零件值多少钱，对，每个零件只值那么多钱，但由它组合起来就能卖翻两番的钱，这就是跨界垂直整合。

我们今天会看到，事实上在传媒领域里，这种跨界整合依然在发生，大家去看一看默多克的案例，默多克从办一张小报，发展到《澳大利亚人》这份全国性大报，随后进军电视，然后为了能够在美国拿到电视牌照，入了美国籍，最后完成了一系列并购。比如，20 世纪福克斯，后来的研究者说他看重的是福克斯的电视台，我个人的感觉他未必是这样，当初他也很看重电影，那么，这实际上也是跨界垂直整合，这种垂直整合已经形成了一个规则，使得其他人跟随他。我个人很欣赏商务部于 2012 年 5 月 19 号发出的公告，它批准了谷歌对摩托罗拉公司的收购，其中商务部要求谷歌的安卓平台必须保持 5 年的免费和开放，这是批准并购的条件，它要求谷歌 5 年内应当在安卓平台方面以非歧视的方式对待所有的原始设备制造商，当然商务部的出发点是维护在中国的原始设备制造商的权益，这一点媒体很少注意。谷歌并购后，谷歌要遵守在摩托罗拉专利方面现有的公平、合理和非歧视义务，更有意思的是要求谷歌每 6 个月需要向商务部汇报情况，商务部有权查询，这是商务部批准并购的前提。这种并购，我们可以说它是预见到了在这个领域里软硬结合、体系性竞争可能出现的巨大的竞争力，通过这样的条件为中国的企业留了五年的缓冲期，那么下一步的整合空间是什么？有人认为下一步的关键市场是智能电视，各大公司都在争取通过移动平台来整合传统电视节目，谁能将传统电视相关产业链融入移动平台的网络效应中，争取移动操作市

场的份额？这方面最典型的案例就是腾讯。谁不是 QQ 的用户？我只看到一个同学举手，腾讯拥有了将近 8 亿的注册用户。你确实不是 QQ 用户？那你具有特立独行的精神，值得尊敬。

大家去研究一下，就会发现腾讯有庞大的用户，有庞大的现金流，每个季度的收入将近 100 亿元，它的利润率大概 37%，它最新的一个动作之一是和 TCL 合作的俗称为“冰激凌”的移动终端，你可以称它为电视，但是市场可以称它们为一个智能电视，一个新的平板，我们现在关心什么，我们现在关心的是否能够做到五屏六屏联动，到现在大家过去讲的四屏，把手机和 Pad 视为一个屏，那么就是手机电脑然后是电视户外，已经发现手机和 Pad 已经开始拉开，在手机上的互动更多的基于移动互联网，而在 Pad 上做的很多的内容产品更近于杂志，更重要的是展示桌面的内容，那么，现在事实上在户外大屏上，在我们看来又开始拉开，又开始有分野，大家注意到，清华大学新闻与传播学院走廊里放置了《人民日报》的户外大屏。一个界面是当天的《人民日报》版面，另外一个界面是广告，一会在左面、一会在右面不断地给你推广告，我把它称为室内展示屏，我个人的观点，室内展示屏和户外大屏正在拉开，因此在我看来，是六屏。但是，也许马化腾或是 TCL 告诉我们还有第七屏，就是可以放在厨房等空间里，玩游戏做操控的一个新的终端。那么不管怎么说，这代表了电视的一个发展方向。

昨天晚上，在一个场合，我与马化腾在一个会上讨论，他认为，电视是无可替代的家庭娱乐中心。我说，这个表述要看从哪个角度来看。他认为，电视业依然很强，说没有衰落，我说，对，在线视频消费的增长是非常明显的，传统电视机开机率下降，是多个研究机构不同渠道、不同研究方式所证明的，电视在总的份额中依然是最强势的媒体，但是我们作为研究传播学的学者和学生，应当清醒地看到，电视机作为一个显示终端，在家庭中依然是无可替代地发挥着强势作用，但是这个终端提供的未必就是电视台的线性播放屏，它有很多种提供方式。北京的同学打开家里的机顶盒，如果是歌华高清的，它已经提供了很多功能，可以回放、可以点播，它们现在正在提供推送的内容。我昨天在那个会上就说，事实上，有线运营商正在以它的方式在颠覆传统电视线性播放的一种方式，因为有了多种方式。因此，所谓智能电视的智能人们可以有多种理解，有的理解是我可以边看电视边聊天，有的理解是可以通过多种方式来给他提供多种内容，有的理解是里面装了安卓系统，你可以利用它来上网，智能电视可能的空间、可能的发展取向可能是我们现在不能完全确定的。因此，从这个意义上，垂直整合，我们仅以屏为例，我们可以设想这种整合尽可能把产业链拉长，甚至把所有相关方整合进来。但是我们也可能看到有更多的发展，传统的产业整合已经超越了

传统的经济学，而现有的在产业界的整合超越了传统经济学的范畴，比如，大家会看到，中国石油是干什么的？是采油的。那么石油产业化以后，它有炼油部分，现在它已经进入零售业，这个进入零售业事实上它已经把它的功能往更多的领域延伸。在传媒领域里这种垂直整合，我想我们会看到它的力度更大、形态更多样，能创造更多的机会。

（二）跨界复用

第二种创新的路径是跨界复用，这个实际上是我们看到非常多的，我给它的简单定义就是跨载体——把我们的内容产品跨载体多终端分发，以我所在的新华新闻电视网在内，我们做了内容，也是做了一个共享平台，我们用三句话来描述我们自己：第一，叫全球多媒体采集。我们在海外有 167 个分社，其中有 150 个能够提供电视新闻。国内有 31 个分社，每一个省份有一个处，这样构成一个遍布全球的采集体系，那么，这个采集体系中是不是只有电视记者才能为我的 CNC 的两个频道服务呢？不，我们利用这个平台把文字记者、广播记者都可以整合进来，一会我会介绍案例。这叫全球多媒体采集。第二，我们构建了一个共享生产平台。我们把全球采集来的东西都在这个平台上生产，这个平台上生产的东西既供传统电视、卫星电视、有线电视播放，也供我们的手机电视和网络平台播放，那么，这种内容共享是一种既高效又节约的行为。第三，就是多媒体全球分发。我们既通过卫星电视，也通过有线电视、传统的开路电视、手机电视，只要是能播视频的东西我们全用。如果大家在安卓系统里、在苹果系统里，我们都做了客户端。客户端、移动互联网给我们提供了新通道，实际上传统电视是线性播放的，而客户端加网络视频播放，事实上是点播式的电视播放，那么这就是“跨界复用”。这种跨界复用，我们最早看到的是短信的媒介化，短信最早是个人通讯工具，大概是七年前中国人就把短信变成了经营工具和媒介，就开始利用它大量发新闻短信，最早创造收发短信的是清华的学生，两个学生花 50 万元注册一个公司，第一个客户就是春节晚会，那个一晚上过去，这个短信公司光分成就分了 100 多万元，两年多以后这个公司就被清华同方给收购了。从那以后春节晚会就再也看不到接电话的人了，主持人赵忠祥再也不说，我们收到了一麻袋信，开始说我们收到短信，那是我们把短信视为作为经营工具的标志，然后大量的手机报、手机短信出现，这就是媒介化的标志，这就是一种跨界复用。总体上它是把平面媒体搬过来，实际上我们今天应当说，这个跨界复用我们可以换一个词称呼他，我把它称为“泛媒体化”，什么叫泛媒体化？这意味着我们今天很难说什么是媒介，什么不是媒介。

没在淘宝上买过东西的举手，这回真有一位，希望你真的是没有买过。去年 10 月

份的数据，淘宝网每天有 7000 万到 8000 万浏览量，什么概念？新闻联播收视率是 7%，周平均。CNN 的网站月点击量是 3000 万，《纽约时报》大约也是，《赫芬顿邮报》用 6 年追上《纽约时报》也是 3000 万。如果淘宝网传播的是其他内容，难道它不是媒介吗？所以这种泛媒介化其实值得研究，大家觉得它不是媒介，但是淘宝网如果不算支付宝的收入，2010 年，它的总收入的 4/5 是广告，40 亿元；2001 年总收入 50 亿元，其中广告 40 亿元；2001 年淘宝网的广告收入是 80 亿元多一点，一个主要的营利模式靠广告平台，这难道不是媒介吗？所以这个结论是很难下的。

我刚才提到过，实际上我们可以说六个屏，如果大家把展示屏和户外大屏合二为一的话，事实上从你们学院的布置来看，它已经是分开的，那么，这种内容的跨界复用和多次应用，在一个媒体机构的内部，采编部和印刷厂之间是什么关系，我们传统思维是上下游的关系，但事实上，采编部就是内容供应商，它生产出来内容之后，可以印成报纸，可以交给新媒体平台发送出去，可以把内容直接卖给另外一个终端。如果是这种思维，那媒介今后的生产组织体系和管理思维是完全不一样的，但它更符合市场机制，事实上它内部的购买机制，可以完全实现这一点，我认为媒介内部的管理就应该向这样的方向发展。

因此，我们应当说全媒体的思维应当就是横向拓展，横向协同，横向利用，这是目前大家比较习惯用的一种思维。实际上在今天传统媒体和新媒体的融合，横向拓展是一种低成本的方式，成本比较低，比较容易取得效果，不容易伤及原有的管理体系和管理规则，这种复用思维里，值得传统媒体人仔细研究的是哪种内容去分享平台效应，今天，首先我们说什么样的入口，在我看来今天的入口包括门户，包括浏览器，包括搜索，包括输入法，输入法作为入口这可能只有在中国才会有，在美国都是键盘输入，都是英文，可能不存在输入法，但是大家仔细研究一下，搜狗输入法就是一个入口。这么多人在手机上去研究百度输入法等，其实都是为了占领一个入口。有很多人在研究浏览器，而且经常吓唬你，不装我的浏览器，你的电脑会中毒，手机上也有各种各样的浏览器，那么今天客户端是新的融合，在我看来新的入口还包括微博和微信，微博更多的是一个传播平台，是基于弱关系，可以是真实的社会关系，也可以仅仅只是一个关注的关系，而微信是基于一个真实关系的交流平台，但是这个交流平台正在一步步演变为一个传播平台、一个经营平台、一个决策平台。

微信从上线到 1 亿用户，433 天，但是它实现“媒介化”只用了 421 天，到 421 天的那天推出了新的一版软件，自动给你增加了一个好友，如果大家用的话就是“腾讯新闻”。用微信的举手，这么多，去研究一下你手上的微信你会发现，现在微信已

经开始演变为经营平台，非常值得研究，也许你们愿意做一篇论文。微博平台和微信平台两者之间的差异与运用策略有什么不同，在我看来，这种复用思维是非常重要的，是拿内容和入口捆绑，因此对于传统媒体的人们，他会说要善于发现什么是入口、什么是渠道，然后我们拿什么样的内容去捆绑、去对接以获得最大的传播效应，讲公共关系、危机管理的人，经常会讲政府部门、企业单位怎么样运营微博，怎么样去提高反应速度，实际上这是一个表层问题，深层问题是，我们所有人都要习惯去应用这样的新入口、新渠道、新终端、新表达方式，或者更坦率地说，虽然大家都在玩微博、微信，但是你们作为传播学的学生，应该比其他专业的学生要玩得更高明一些，因为你要去研究它的传播技巧，你要研究它的应用策略，这才是我们这个专业的学生应该有的水准。

要理解这种与内容捆绑分享平台效应，我们再来看一个案例，我们看一下美国电影公司的重组对象的选择与发展。大家知道美国电影工业鼎盛时期是八大电影公司，这些电影公司你印象中哪些目前最强，哥伦比亚、米高梅还是迪士尼，那么我想问，前面和后面的你们认为比较强，中间比较弱，原因是什么？如果我们把美国电影公司设为内容制造商，显然内容制造商被什么人并购很重要，我们首先看索尼，索尼为什么并购它们，索尼并购它们是为了推广它的蓝光技术，它需要掌控内容，但是索尼本身是硬件制造商，不是渠道，也不是平台。而新闻集团并购“二十世纪福克斯”是利用集团效应，20 世纪福克斯是做得非常好的，《阿凡达》这样的片子为什么能够在全球大卖，效果这么好，这与渠道有很大关系。而迪士尼最早也是渠道制造商，它非常聪明地自己做了一个平台，就是做了一个迪士尼乐园，实际上展示的是所有人童年时的梦想。我觉得做传播学的学生应该认真研究一下“皮克斯”公司，它做的所有片子都大卖，比如说《玩具总动员》，我研究它就发现它有一个最伟大之处，我把它称为“过程前沿”，比如说做一个片子，你们都去写脚本，写了要做成动画，这十帧动画里哪个更好一些，就把它发展成动画片脚本，动画做好之后，把目标观众请到公司放映室来看，我们预计 4 分零 5 秒大笑，放了以后你们没笑，说明这段不行，要改，改了以后再来放，预计 15 分 0 秒那个地方你应该悲伤一下，一看你不够悲伤，只有 5 个哭了不是 7 个，怎么办？再改。经过不断的过程校正。所以它的片子非常平均，没有什么特别失败的，票房也基本处在那样一个水准，所以非常值得研究，但是作为集团，迪士尼和新闻集团的成功有异曲同工之处，把内容和入口、渠道分别进行捆绑，去分享平台效应。索尼不具备这一点，所以索尼并购了电影公司，衰落得更快一些。

（三）替代选择

什么是替代选择，非常简单的思维，所有的传播到最后都是不断地降低传播成本，提高传播效应，事实上，在人们进入整个传播过程链中都想达到这个降低成本、提高效应的目标。我上大学的时候有很多同学要出国，会省下吃饭的钱，去发一封邮件，到最后实在不行了，最后要确认了才会去打一个国际长途。后来有了电子邮件，网络沟通成本降低，当有了 BBS 之后，实现了更多低成本的沟通，有了即时通讯工具可以实现即时的一对一或一对多的交流。之后大家都清楚了：有了博客，有了微博，这样一步步的发展。实际上所谓的社交网络的发展并不是“横空出世”，网络成本不断以低成本高效率实现更新迭代，以新的媒体工具、新的传播形态、新的媒体产品去实现原有的功效，甚至实现以往难以想象的功效，就是媒体创新发展的一个基本路径和形态。在微信上，理论上我们可以动员几亿人，在微博上像姚晨这样的大 V 有 2000 多万粉丝，传统媒体很难做到这一点，想都不敢想。上述三条路径是我想讨论的第一个问题。

新媒体的关键影响能力分析

新媒体能够产生巨大的影响，我们都很清楚这一点。那么，新媒体影响能力的关键是什么？或者最重要的影响能力是什么？在我看来，有以下几个方面值得讨论：

（一）新媒体产品的核心特征

新媒体的发展路径大致就是这样五个阶段，我们以微信为例，最早无非是一个创意：能不能沟通移动终端？然后是产品，“微信”这种产品的出现，产品出现上线之后成为一种工具，成为新的社交工具，然后使用这种社交工具的人越来越多，被附加上其他功能，它又逐渐演变成为一个传播平台，前面讲过，到 421 天时，它变成了能够传播新闻的媒介，再后来，当它成为所有人的使用习惯的时候，它就正像前人所说的，新媒体完成了“自然化”和“纵深化”的发展,成为一种人们须臾不可离开的一种平台、一种终端、一种工具，那么在我看来，我们仔细分析新媒体产品的核心特征，我想至少有以下几点：

第一个特征，是满足人性需求方式的多形态表达。有很多的表达方式，多种形态这里的核心是满足人性化的需求。传统媒体相对忽视——或是难以满足的是——人性潜在的需求方式，或者已经形成的新的需求方式。传统媒体把人们对于媒体的需求，

把它简化为是对信息的需求，而新媒体更加注重人们的体验，这两者我想是有很明显的区别的。那么这种人性需求方式的多形态表达，这种变化已经在发生，比如说，传统的只能提供静态产品，比如从文字图片，到能够提供动态产品视频；从传统的只能提供非实时产品，到今天能够实时提供不管是电视直播还是网络直播，或是利用其他新媒体工具几乎实时地快速传播。传统的广播只能提供音频，后来能够出现视频；传统媒体只能提供个性化产品，今天实际上已经在一定程度上能够提供互动产品。传统媒体提供的是大家共享的产品，而现在更多的是提供以体验性优先的产品。这种变化在我看来都非常好地体现了媒体的发展趋势——能够一步一步满足人性需求，并且提出越来越人性化的满足方式。

第二个特征，是优化传播效率，实现了持续的低成本替代。刚才已经提到了网络社交，大家去看看这个路径，总体上说就是两句话：传播成本越来越低；传播效率越来越高。那么这种替代，同样反映在新闻传播上来。以内容传播为例，传统的报纸是单纯内容，现在经常是内容组合。大家研究一下中国的报纸，30 年前的报纸基本上没有什么专栏的，30 年来报纸的变革，我们用两句话可以概括：就是报纸编辑手法的杂志化；杂志编辑理念的新闻化。那么专栏深度报道，所谓的组合报道等，其实是从杂志借鉴过来的东西。这样的内容组合现在进一步发展到“互动性内容”。而今天传媒开始注重提供选择的结果，内容传播的一步步发展实际上是传播效率越来越高。有了互联网免费信息之后，人们为什么花钱买报纸？人们要购买选择的结果。今天 A 股分别涨了百分之两点多，行情是公开的，为什么还有人去看与此有关的评论，去看相关的结果？都是需要选择的结果。

第三个重要特征是适应生活方式的便利性驱动。怎么让它更便利，这是一个强大的驱动力量。在我看来，这种驱动力量是适应生活方式变化。广播的重新崛起是由于“移动需求成为第一需求”，是适应人们生活方式的变化。在新媒体的发展过程中，便利性驱动可能更强一些，比如说，（1）时间便利。这个时间便利从报纸出现之前的不定时，到报纸的定时传播，再到移动终端的随时传播，其实，随时不是它的最高状态，在今天以移动需求为主的时代，随时加定时的结合才是最好的传播策略，不要以为在移动互联网时代，anytime、anywhere、anybody 就是最高级的状态，最能满足人的需求。不是的，人们的精力是有限的，在随时状态中的定时，更有穿透力。比如，大家去研究《人民日报》的官方微博，每天晚上睡觉之前发一个“你好，明天”给当天的新闻作出评述，在这个微博推出之前，和它们有关方面在探讨的时候，我的观点就是互动、关联、定时，这就是你成功的最大因素或最大的资源。那么我们现在回过头来看，它们成长非常之

好的，所以便利性之外还要讲时间策略。（2）地点便利，传统的读报地点在单位和家庭，现在人们随时随地愿意读、随时随地获得信息。同样道理，这种随时随地使得广播重新崛起，但是广播重新崛起的时候对于其他的媒体怎么办。新媒体中有一种就是基于广播技术的电视。有人用移动手机时，拉出一根天线，可以看电视，也有人曾经和我讨论，这种电视的营利模式是什么呢？它实际上是构成一个传播链，或是一个传播圈，是竞争战略的一部分。从这样的角度才能解决随时随地与特定地点之间的联系，那么这种便利同样还有形态便利、渠道便利、方式便利，我没有进一步去分析。大家可以去研究。我想其中研究的空间是非常大的。

第四个特征，是产品设计的体验优先取向。新媒体和传统媒体的重要区别是体验优先，我前面提到腾讯，2007 年，我曾经有一次去深圳，和腾讯的“80 后”小朋友讨论。当时在场的有他们用户部门的研究负责人，他是工科出身，做这个工作做了 4 年，他们在上海、北京、深圳、广州各建了一个实验室。这个实验室说起来，实际上是研究传播行为，一个人在上网登录，分析中使用了瞳孔测量仪来观看人们的真实反应，通过这个时段来探知这个产品的设计到底好不好。

你们都用 QQ，就不难理解，屏幕上按钮的不同设置会不会影响点击量，这是需要精细考虑的。我举一个真实的案例，我们手机上一定都有三个微博的客户端：新浪、腾讯、搜狐，大家打开客户端就会发现，新浪客户端上的“更新”键，腾讯客户端上有一个“主页”键，主页键和更新键有什么不同吗？很多功能是相同的。按键排列方式要考虑到用户的便利。因此，新媒体产品对用户体验的要求比传统媒体要大得多。大家如果有研究传统媒体的体验，会发现今天看的报纸和 20 年前的报纸最大的不同是，用激光照排之后竖排的标题取消了，还有一个重要的变化是行距加宽了。我刚走进这个行业的时候是办杂志，我要加宽行距，就要和印刷厂的师傅商量，行距的加宽实际上是改善人们的阅读体验。前天和《经济观察报》的社长聊天，他用的像《金融时报》那样彩色的纸，一般的人认为用彩色的纸，成本可能要高出 30% 或 50%，事实上只高出 10%，如果加上这种彩色报纸的纸更薄一些，出报率更高一些，成本可能只高出 5% ~ 8%，但是这种彩色纸的阅读体验比白报纸的阅读体验是好还是不好呢？其实按照现代人对阅读体验的要求，阅读体验可能比那种增光亮白的白报纸要更好一些。所以我们在讨论产品设计的优先取向，它绝不仅仅存在于新媒体。同样存在于传统媒体，就像我们要研究同样的电视节目在传统电视上放和在手机电视上放，两者有什么区别。事实上，片子的叙述逻辑、节奏、字幕上的字号大小都要有很大的区别，因为这是两种完全不同的产品。

第五个特征，是界面。发明风靡全球的“拍立得”的柯达公司曾经说，你只需要摁快门，其他的由我们来做。大家都去用搜索引擎，我认为，搜索做得最好的是一个小的细节，多少秒之内给你搜索了多少条。我们在上面敲四个字：清华大学，它会告诉你零点零零几秒搜出了几百万条几千万条，你会有丰富性体验和效率体验。依据传播学的经典理论，你会有“使用和满足”。

每个人都有手机，在移动终端上，每多做一个动作，人们继续使用它的可能性会降低 20%，以“菜单”为例，如果有三页菜单，只读第一页菜单的人占总量的 80%，加上第二页有 92%，会翻到第三页的人比例非常少。我再给出一些数字，今年第一季度，通过手机客户端登录淘宝网买东西的增长比例非常大，但其中通过手机 Web 网站登录的只增长了 30% 多，而通过手机客户端登录的增长了 70% 多，这个差距非常明显。因此，如果你们有一天要创业，当公司经理的话，要记住“奥卡姆剃刀定律”：“如无必要，勿增实体”，越简单越有效。

同样，对于学传播的学生，内容有序化和可期待也就是界面人性化，所谓“界面人性化”是说，界面光好看是不够的，为什么搜索引擎界面如此简单，就是一个框，人们会感到体验非常好，因为它内容可期待，对于今天的媒体，内容有序化非常重要。电视台不停地改版就是这个道理，实际上所有电视频道的编排都在努力提高内容的“可期待性”和“有序化”。美国电视剧是“季播”制，一个礼拜播一集，一个季度只拍摄播出十几集。如果受欢迎，明年再接着拍、接着播。在中国是全部拍完，每晚播两集甚至于 3 集，这是不同的收视心理决定的。但是从电视频道整个编排来看，10 分钟、20 分钟的小栏目交错并行的编排已不被采纳。从世界范围看，新闻频道都是以大时段直播为基本结构单元，3 小时为一段：综合性频道的结构单元也越来越大，所以中国每晚连播两三集电视剧的做法与世界潮流是吻合的。

第六个特征，是设计思维。从感官延伸、愿望离线到能力拓展的设计思维。换一种思维观察，传媒的发展大体上有三个特征：早期感官延伸，广播、电视拓展了我们眼、耳的功能；然后是“愿望离线”，参与性节目的增加，这与计算机的发展，如 Windows 系统的发展使得人们实现了“所见即所得”，MSN、QQ 的出现满足了人们愿望离线的心理；而微博的出现拓展了人的能力。其实越来越多的新媒体都在拓展人的能力，有一款 APP 是人们使用时长最长的，叫“用药助手”，据说停留时间 13.5 分钟，上面有几万种药，互相怎么配方，医生也不一定记得，所以医生经常用它查一查。用户在客户端上停留时间越长，投资价值就越大。这种客户端就是在拓展人的能力。据我所知，在 Apple Store 里卖的最贵的客户端可能是几千美元，第一款这样的客户端可以查询到

美国加州考律师所要准备的材料，然后这家公司一个州、一个州地走，美国各个州法律的复杂程度不亚于联邦法律，因此它产生了很高的市场价值。实际上，未来新媒体的发展最有商业价值的恰恰是拓展人的能力。我不知道在座的年轻朋友会不会将来创业，这样的思维肯定对创业很有用。

（二）苹果用户消费需求满足方式

这是新媒体的第二个关键影响能力。满足需求的三重境界是必须具备、满足期望、超出预期。什么叫“必须具备”？晚上在这里上课，灯必须是亮的，如果不亮，这就不是个教室了，这就是“必须具备”。什么叫“满足期望”？我提出要一支粉笔，然后你给我了，这就叫“满足期望”。什么叫“超出预期”？在 iPhone 出现之前，我们从未想到会出现只有一个按键的触摸屏手机，它出现以后超出了我们的预期，所以很受欢迎。这就是三重境界。企业的价值创新是挖掘潜在需求，这种潜在需求是指人们为满足物质文化需求而引发的、存在于潜意识中但未能明确表达的心理诉求。在“唱吧”这个软件出现之前，只有很少人想到我们不一定要到 KTV 唱，在校园里高兴的时候也想唱，这种潜在需求是企业取之不尽的利润源泉。怎样挖掘潜在需求？讲企业管理的人经常讲三句话：看顾客隐性需求的产品是什么？看顾客所看重的隐性需求的价值是什么？企业如何从与顾客信息共享到信息共鸣？从信息共享到信息共鸣，无论是做企业还是传播，都是伟大的、惊险的一跃，这一点完成了才能真正产生效果。

（三）企业如何听到顾客的隐性和显性声音

10086 有一个网络机器人，你可以发一个“我爱你”，看它回复什么。顾客的隐性声音怎么听到？最好的研究对象是你自己，你的愿望、需求、不经意间想得到的，就是创业或实现传播目的的一个起点，这是《21 世纪商业周刊》在它的封底上经常出现的。很多人说，做一个新产品要做市场调查。乔布斯说，贝尔发明电话前做了市场调查吗？贝尔发现了人们的需求，满足了需求，超出了人们的预期。大家是否想过，当年的苹果系统一定是封闭的，我将近 20 多年前用过苹果电脑，其实非常好用，但因为不可兼容，没有发展起来。而乔布斯回归苹果公司之后，乔布斯开发的新款苹果电脑是最先公开 SDK 的工具包，允许人们去开发第三方应用，构建生态系统，是以这样的方式否定自己，获得升华。他学习佛教，从生命的低谷重新崛起，对生命、对如何做企业有了新的感悟，他在冥思苦想中对人类的内心世界有了更深的体悟。他没做市场调查，他研究的就是他自己。

关系链传播中的影响逻辑

（一）社交时代的意愿发现和营销方式

大家都非常熟悉《失恋 33 天》，上映不到一周，票房达到 1.5 亿，制作成本 900 万，宣传发行成本 600 万，它是一个游戏公司拍摄的电影，第二周票房 2.8 亿，第二周制作方净利润 1.2 亿，第五周 3.2 亿，最终 3.4 亿。这个数字告诉我们很多东西：第一，在社交媒体平台上，依靠组织力量的推动，一个话题的营销热度维持时间是两周，两周就达到了峰值，因为从第二周到第五周，它的票房增加的很少。第二，它的宣传发行投入只有 600 万，就有这么大的影响，因为它利用社交平台，精准定位目标营销群体、启动话题营销、积累人气。值得讨论的是两条，第一条，怎样使电影话题变成社会话题，它采用的策略是拍摄《失恋物语》短片 7 个，电影刚放映时统计，网上自发拍摄 20 多个不同城市不同方言的“失恋物语”，这是非常好的转化手段。它的目标群体是“85 后”“90 后”，那是因为每个人心中都潜藏着一个“失恋情结”，因此失恋这个话题能使很多人找到共鸣点，人们从信息共享到信息共鸣，这个共鸣点就是传播的爆发点。这个案例可以为我们讨论影响逻辑提供基础。

（二）社交平台广告的增长

给大家介绍一组数据，新浪 2012 年第二季度微博广告收入达到 1000 万美元，Facebook 2011 年有 8.45 亿活跃账户，总营收达 37.1 亿美元，其中广告收入 31.54 亿美元，这是上市公告的数据。宝洁（P&G）公司是全球最大的广告客户，2011 年 1 月 31 日宣布，裁撤 1600 名广告营销人员，原因在于，他们相信 Facebook 这样的社交平台比传统媒体渠道更精准、有效而且成本低，宝洁旗下的一款香水在 Facebook 上创下了 18 亿次点击。一家市场调查公司发现，Facebook 在 2001 年已经成为美国最大的在线广告商，收入份额占 16.3%，超过了雅虎、谷歌。马化腾在 2012 年中国发展高层论坛上说，谷歌是通过搜索关键字的媒体形式获得广告投放，Facebook 是通过用户在社交中的行为把人进行划分，可以针对人们不同的属性做广告，因而，社交媒体广告是一个尚待挖掘的宝藏。这至少给人们一个启示，如何利用人们的社交网络行为来挖掘用户需求和与之相连的共鸣点，无论是新闻传播还是商业传播，都有研究和运用的空间。

（三）在社交媒体时代，如何做营销？

有市场营销专家认为，在今天应该把影响人们的情感和价值观作为主要请求，称

为营销 3.0 时代。通过社交化、人性化、便携化的办法来影响人的内心和价值观是一种今天必须注重的营销策略。因为，今天是眼球经济向互动经济转变，是关系链传播，而不再是大喇叭式的传播，因此，营销也不该是大喇叭式的推广。在这样的语境下，消费者被还原成整体的人、丰富的人，不只是目标人群，是有情感和价值观的，价值观的共鸣对于实现传播目标十分重要。更重要的是,今天的消费者兼具生产者和参与者，今天的媒体既是生产者、组织者，也是平台提供者，更是参与者。角色多元了，作用力不一样了。因此对于广告来说，品牌曝光不再是唯一追求的目标，互动、参与、沟通以及营销时效，也是它们所渴望的。这种新的营销方法论，对我们研究社交媒体时代的传播非常重要。在我看来，交换和交易必须提升为互动和共赢，因此，营销的价值主张应从功能和情感的差异化走向精神与价值观的共鸣。

在这样的背景下，已经有社交平台发生了相应的变化，据腾讯透露，腾讯微博和 QQ 空间融合，腾讯网向社交集成、产品智能、咨询交互三个方向发展，微博将向展现智能化、内容简约化方向发展，这样的变化，包括社会化营销平台向广告主开放，为其提供工具、平台，可能都为未来的社交平台营销打开新的空间、提出新的问题、创造新的机会、培育出新的主体。在社交平台的营销，对于我们研究传播媒体传播和融合有借鉴意义。

（四）在移动社交时代，人们的沟通方式和影响逻辑有什么变化？

请大家注意，我在这里定义的是“移动社交时代”，与单纯使用桌面互联网、传统的社交网站的时代有很大不同，行为方式、影响逻辑、反馈表现，都有明显不同。来看一个第三方调查，美国《时代》周刊和高盛公司做了一个联合调研：在中国，63% 的手机用户每隔一小时查看一下手机；79% 的人一天至少一次用手机联网；84% 的人在回答“如果手机和午餐只能选择一样”的选择题时，选择了手机。这说明什么？这说明移动通信在改变中国人的行为模式、决策顺序。今天移动社交时代的主要平台是移动终端式手机，沟通方式发生了巨大变化。微信用户都有这样的体会：明明可以直接对话，但却用微信留言，因此，人们的沟通方式也发生了重大变化。

我们来讨论一个案例，深圳这次发生反日的大规模聚集，100% 是通过网络，微博已完全被排除在沟通工具之外，发微博和线下活动的人完全不重合。聚集时主要的沟通手段 80% 是 QQ 群；20% 是论坛。有人这样概括，这次聚集以论坛为主要传播基础，以 QQ 群为主要信息传播渠道，以带文字的图片为主要传播介质，以“中国人就转”“爱过就转”为传播理由。微博在这次事件中被边缘化，中下阶层的主要传播工具，一、

二线城市使用新浪微博更多，在三、四线城市中使用 QQ 更多，很多传播学者觉得腾讯微博主要面向年轻人，其实这个结论是局部正确的。

关于移动社交时代的影响逻辑，我概括成五句话：放大个人偏好，汇聚成集体选择；情绪传染和价值观共鸣的结合；负信息刺激与多来源现象的特殊说服；观点刺激和瞬息决策的结合；便利分享与强化行动方案执行的结合。仔细分析就会发现，它和传统媒体时代的影响逻辑明显不同。移动社交时代，个人偏好被放大，反而聚集成了集体选择。为什么有两亿人使用微信？如果我们仔细分析它，就会发现。它和传统媒体时代的影响逻辑确实有很大的不同。

移动社交时代，是个人偏好在这个平台上被放大，反而聚集成了一个集体选择。为什么有上亿人使用微信？这跟“梅特卡夫法则”是有密切关系的。网络价值呈平方增长，而网络成本呈线性增长。我们把这个法则转化过来之后，也就是说，当所有人都介入这个网络之后，你不在这个网络里，你个人的价值也在降低。在微博上，在移动终端上，通常把情绪的传染看成是负面的效应，但它毕竟是传播的驱动力之一，而情绪传染和价值观共鸣的结合就更能影响你。在微博平台上，什么更能影响人？正义、公平、关系，是最能影响、打动人的共鸣点。因此，我们前面讲到的案例，那个“是中国人就转”，实际上就构成了容易产生价值观共鸣的一个传播的驱动力。同时是负信息刺激和多来源现象的特殊说服。微博平台上，信息超丰富，即便是有多个信息来源的人也难以获得那样的体验。但是，它有一个假象，我把它称为“多来源假象”。我们做采访的时候，会要求记者一定要采访三个人，交叉验证。但是在微博上你会感觉到，唉，张三也在说，李四也在说，王五也在说，大家都在说这个事情。哦，看起来是多个来源，其实可能只有一个来源。那么这种多来源的假象其实对普通的受众有特殊的说服力，不能小瞧这一点。

还有就是观点势力和瞬间决策的结合。140 个字里最打动人的，很多时候是观点具有穿透力，对事实的叙述在这样的传播状态中的地位，与在传统媒介传播中的绝对地位相比，事实的重要性相对下降了，观点传播和事实传播变得同样重要。因此，这种观点传播所形成的刺激容易使人们在瞬间做出决策。如果我们是在做市场营销就会发现，瞬间决策往往是完成购买行为的最后“一厘米”，前面不管你做了多少品牌宣传，做了多少铺垫，但是做出决策行为最后的一瞬间，那一点信息刺激才能决定你的购买，同样也可能阻碍购买。大家去商场观察一下就会发现，男性在购买东西之前打电话，提个问题，是完成这笔购买机会越大呢还是越小呢？是会变小。女性在完成交易之前那通电话，对完成交易可能性变大。因为女性实际上是分享一种不确定心理，而男性

却真的是在征求意见，如果他夫人说这个东西不好，他马上，啪，转身走了，直接不买了。那么这个“瞬息决策”之前有没有观点刺激就变得非常重要。这是传统的通信方式，而移动社交时代，观点刺激对最后的决策更为重要。我刚刚举的是买消费品的例子，那么社会行为呢，群体行为呢？道理是一样的。

最后，是便利分享和强化行动方案的结合。在移动社交平台上非常便利分享，它相对地会强化人们的行动方案，也许大家还可以概括更多的影响逻辑。当然可以说，在移动社交时代，多重方式影响逻辑的是值得讨论的。不要把有了移动平台，把它所产生的沟通方式，都视为一种自然而然的存在。不是，它是正在发生变化的存在，它的影响逻辑，无论是从资本传播、新闻传播，还是从商业传播来讲，它都在发生变化。而它恰恰是最值得研究的。

讲到共鸣点和影响逻辑，首先还是来分析典型案例。电视界经常说的话是，有三个“收视宝典”。大家知道吗？就是任何节假日你都会看到，没有别的节目可放，就会放这个。在世界电视业里都很少出现的情况，《亮剑》在一个台，比如说江西卫视，可以放百遍，连续百遍。《还珠格格》在湖南台，我不知道放过多少遍。《西游记》每个台，大到中央台，每个假期都放，也许周日你们就可以看得见。我要提的问题是，为什么可以放百遍，但是仍有收视率？

学生甲：我觉得可能是因为很多人看电视剧是一种自虐的心态。举个例子吧，您看过湖南台的那个《回家的诱惑》吗？那个剧有 100 多集，我看过好几遍。然后每次我都觉得，这个剧这么烂，我怎么还这么爱看？然后我就体会到那种你不知道它会烂到什么程度的那种快感。

你给出的算一种解读啊。那么我给出另一种解读啊，我们可以讨论嘛。我只给出一个词，就是“梦想”。为什么呢？在我看来，《亮剑》的主要观众是男性，每一个男人，梦想都是当侠客。因此《亮剑》这种金戈铁马，敢于亮剑的这种充满男人气概力量的电视剧就非常受到欢迎；而《还珠格格》在我看来，它体现的是所有小女孩心中的这个灰姑娘要变成白天鹅的梦；而《西游记》，是每个儿童心中的梦，天马行空，无所拘束。也许你们可以有多种解读，但是，至少在我看来，它能够成为收视率宝典，没到节假日都在放，一定有它的理由。至少我们可以推测，它与人们心中潜藏的某个东西形成了一个共鸣点。我拿这个案例来做讨论，我不是要来论证，这三个东西成为收视率宝典的这个共鸣点，一定是“梦想”。而是我希望用这种思维方式来和大家讨论。其实对共鸣点的研究和追寻是非常重要的。因为它是我们讨论影响逻辑的那个逻辑起点，因为只有找到共鸣点，才能找到最强大的推动力量。

因此，我们拿这个例子来作我们今天讨论的结束。其实任何的信息、观点能够有效传播，它一定存在一个传播的理由。那么这个传播的理由，至少在我们今天的这个讨论逻辑看来，能够引发共鸣，就是非常重要的传播理由。我这里不是纯粹讲新闻事实的传播。

如果来回溯我们今天想表达的观点，用最简单的语言来表述，传媒正在发生融合式变革，在这样的变革过程中，即便是传统媒体，即便是以往的新媒体，它的影响逻辑和竞争焦点都在发生着变化。我们今天一个半小时的讨论，不能说已经足够概括了这些变化，我们没有尽述，因为大家都是传播学的研究生，我们只是做一个开放的、在方法论意义上的讨论，这不是结论。但是我希望，如果你们愿意以这种思维再继续讨论下去，去探寻媒体在融合式变革中，传统媒体的影响逻辑、新媒体的影响逻辑分别在发生什么变化，是否正在殊途同归。那么，传统媒体和新媒体在发生这样的变化之后，从整个大格局看，它们的竞争焦点在发生什么样的变化？这也许是我们处在这个变革时代，作为观察者和研究者应该思考的。

提问环节：

问：感谢陆老师精彩的报告。我们更多联想到的是在内容生产之后的营销、发放这方面的变革。那么这些变革对我们现在内容生产方面有什么启迪？

答：对电视生产而言，它对节目的生产理念、生产体系，都会发生非常深刻的变化。我举一个非常简单的例子。大家都注意到《中国好声音》这个节目非常走红，它的走红逻辑是什么？它的逻辑是近 20 年来，电视节目的参与性增强，是整个电视节目变革的主线。从最早观众可以进演播室，可以去鼓个掌；后来观众可以去提个问题；再后来观众可以上台去做一个配角；再后来像《开心辞典》一样，观众去做一个主角；一直到像真人秀，观众是参与者，是作为节目的核心元素；到现在，参与甚至是观众的选择成为决定一个节目成败的核心要素，比如，“超女”最后的短信票选，那么，这一系列变化都体现了观众的参与性增强。这个参与性的增强，我认为也是电视作为传统媒体，在新媒体的发展和影响下，它一步步发生的变革。这个变革，传媒的融合式变革，未见得一定是引入一些显而易见的新媒体要素，比如说短信啊、打电话啊，核心是受众发生变化，受众的需求、受众的方式发生变化，所以电视的内容生产也发生变化。我们再来看看电视内容生产流程所发生的变化。例如，英国天空电视台的新闻频道，它有一个屋子，屋子多大呢？大概相当于清华体育馆，甚至比它更大一些。这是它的主播台，这儿有个大屏，这儿

挂着自动操控的摄像机。主持人坐在这里三个小时，这个人下去了，另一个人上来了，一分钟的时间，给他接上“小蜜蜂”（无线话筒）。在它转换的过程中，就放天气预报。它的整个生产系统跟中国所有电视台不同。它的生产系统是这样的，假设这里是个播出区，生产系统就都在这里，它的整个生产经营就是一个放射性排列，它这个频道的所有的总编、编辑、所有的非编生产线都在这里。那么这么大的空间里，有四层楼。这里是二楼，只有这一圈，在这两个角上有它两个备用播出区，在它有突发事件或是下面出了问题时，作为临时播出使用。在二楼的这个地方是它的音频工作室，它的整个生产区就在这里。中国电视台的演播室是封闭的，门口设一个看守，要出示证件才能进，主要是怕杂音干扰播出。这个理念已经过时了，因为现在的电视行业中，话筒指向性特别好，不用担心周围的声音会进去，不会的。但是它所有的生产线会围绕着这个中心转，这就是现在这个电视的生产的理念。它的生产流程不一样的。大家去参观过中国的电视台，或是去实习过。它有无数的小屋子，无数的小演播室，围绕这个新闻频道的生产线在哪里都不知道。显然大家想想看，在这个开放式空间，它的快速反应会在瞬间实现。因为它在一个“气场”中，然后，这个主播值班 3 个小时，播报、连线、访谈、组织直播，完全是他一个人在“战斗”。这是一个以主播为中心的生产体系。这就是新媒体竞争之下电视媒体生产流程发生的转变。那么我刚刚讲到的，我们所设立的生产体系跟它的有所不同。我们尽可能集约，我们是把多种需要的终端放在一个平台上。将来另找时间，我们可以仔细梳理一下，平面媒体内容生产、电视媒体内容生产、广播媒体内容生产体系都会发生相应的变化。我心目中的“融合式的内容生产体系”应该是什么样的。这个将来可以再找个时间讨论。

问：新华网到目前为止还没有上市，那么，我首先想问一下，体制内的媒体上市的难点和阻力在哪里？其次，我发现一个问题，就是现在国有媒体是新媒体的一个魔咒。包括腾讯的 QQ、新浪的微博、微信，包括人人网、开心网，很多的这种最新的媒体应用，往往都是上市公司、民营媒体或是公用媒体发起的，我发现国有媒体在创新这方面是落后的。感觉新华网，信息是很权威，但是还是一个大门户的感觉，这个我想请您解释一下。

答：我现在的工作单位是“中国新华新闻电视网”（CNC），就是我们新华社做的电视这部分，这个电视机构，我们现在有两个 24 小时的新闻频道。那么为什么叫电视网呢，它是一个组织形态，不是一个互联网，有点像 CNN，美国有线电视新闻网。这种组织形态，在美国主要是有一个超级台，它下面有 150 ~ 200 个加盟台，我

们也希望以这样的方式发展。所以我们不是传统电视机构，不是一个单体电视台。原来你购买新华社的节目，是通讯社的服务部分，现在我们除了通讯社服务部分，还发展出了一个电视机构。我刚才说了我们的采集网，现在我们的播出端，有一个 24 小时的中文新闻频道，每天更新到 6 个半小时，24 小时播出；有一个 24 小时的英文新闻频道，更新量是每天 5 个半小时，也是每天 24 小时播出；有一个手机台，有一个网络台。这就是我们这个电视机构的架构，简单地说就是有四个终端，通过五颗星覆盖全球，通过有线、运营平台和多种方式，已经在几十个国家落地。比如，我们在英国，就在天空卫视的平台上落地，一般的英国家庭能看到，比如在美国，在大纽约地区，我们就在时代华纳的平台上落地，519 频道。就是以这样的运营方式，当然在周边的国家和地区都已经落地了，像港澳地区、马来西亚、蒙古，等等。除此之外，我们还有通信社业务，专门为电视台服务。所以首先区别开，我所工作的新华电视网——CNC 和互联网的新华网，是不一样的，是两个并行的平级机构。至于新华网，它早就完成了公司化改造，它上市所遇到的问题的核心就是要重新梳理它的价值链和生产链，明确它的公司财产边界。这个工作它已经完成了，我认为，它的上市应该是很快的，已经没有太大的什么实质性障碍，现在就看整个工作的进行情况。目前还没有公开时间表，我认为进展顺利。[1]

就你刚刚提的第二个问题，你讲的现象我很赞成，但是你对它的判断我不太能苟同。这有很多例子，比如，最近张朝阳公开说，搜狐在微博上已经失败了，然后腾讯在微信的发展又给他重大的打击。张朝阳也是美国回来的，也是上市公司，为什么它在两个方面创新不够。所以我认为，媒体的体制机制一定是创新的重要基础，但不是它的全部的原因和理由。全球那么多的上市公司、私营公司，但是真的能实现创新的只是那么少数的几个。那么关键在哪里？第一，与公司的基因有关系，比如说，中国移动等三大运营商早就认识到，不能只做渠道，要做互联网，但是它们在互联网方面重大的创新性的作为实际是比较少的。是基因不同，它整个团队的思考方式就是做通讯业务，不是互联网。而张朝阳是做门户出身，腾讯是做社交平台出身，所以搜狐就没占着，腾讯就占着了，当然搜狐做的输入法还是非常成功的。从这个意义上说，公司的基因很重要，要看看公司是怎么发展起来的。我在这里一再讲的新媒体的核心特征，有人会说“你做过没有啊？”我当然承认，我不是在新媒体环境中成长起来的，我进入业界时，在我已经做了清华大学客座教授的时候，新媒体发展得还没有那么好，我是传统媒体

1　2016 年 4 月 21 日，新华网获证监会批准，成为继人民网之后第二支传媒 A 股“国家队”。——编者注

中成长起来的，但是我们在跨界思考研究它。

公司创新的第二点就是，公司能否超越自己，跨界去发展。第三个创新就是，公司中有没有这样一些人，一个人或是两个人，对趋势、对人们潜在的需求有一个清晰的判断，然后选择一个最简便的办法去解决它。我觉得如果在传媒领域具备了上述条件，创新就可以完成了。当然也得承认在传统体制下，这些新闻媒体因为体制和机制的束缚，创新的基因、创新的推动力相对来讲要弱一些。

问： 您刚刚讲，我们处在一个传媒变革的时代，正如我们对以往变革时代的回忆都会有一个价值的判断，而不仅仅是一个事实的陈述。面对这样的新媒体迅速变革的时代，我们是不是更要一个价值判断，比如说，新媒体在刺激消费、满足人们需要的时候，到底是不是让人们的生活变得更加美好了。再比如说，一个比较平庸，甚至是一个很没有品位的一个电影，只是因为它营销得非常成功，它就能成为新媒体营销的一个样板，变成我们所说的一个好的东西吧。您怎么看？

答： 首先，作为学者，我们做研究的前提总是在做价值判断，或是说价值判断就是我们研究的前提。它是一种发生的现象，它对实际产生影响，我们在对它进行研究，去有效地发挥它的正面作用，去尽可能抑制它的负面影响，就是我们已经在用实际行动作出价值判断。其次，对于新媒体带来影响的价值判断，首先是一个总体的判断。你举的是一个坏电影的例子，我也可以举出好电影的例子。你有没有想过，新媒体的发展使得千千万万“沉默的大多数”有了话语权，那么，这不是它最大的价值吗？过去只有少数人可以影响传媒，可以借助传媒的平台发出自己的声音，今天普通的公众都可以，这不是最大的价值吗？所以总体上来看，新媒体的发展，无论是对这个社会的民主、这个社会的公正、推动这个社会的正义、增进绝大多数人的福利等方面的作用都是正面的。但它在运行的过程中，一定有很多我们对它觉得不满的地方，这也许就是我们研究的目标所在、动力所在，尽可能去克服它。

录音整理：张鄂、荆斐然、张弛
校对：张垒

第十四讲 大数据带来的时代转型[1]

◎ 刘德寰

北京大学社会学博士、北京大学新媒体研究院教授，曾任北京大学新闻与传播学院副院长；担任中国市场研究协会会长、中国信息协会调查业分会会长、中国市场信息调查业协会市场研究分会会长、中国市场信息调查业协会副会长等职。入选北京市“百人工程”学者，著作《年龄论：社会空间中的社会时间》荣获教育部人文社会科学优秀成果三等奖。主要著作有：《没有极限的未来：手机人全面解构产业》《颠覆与重整：手机人的群落与游牧》《正在发生的未来：手机人的族群与趋势》《市场研究与应用》《社会调查的理论基础与实用方法》等十余部。

非常高兴来到清华跟同学们交流，因为清华、北大确实是一家，如果没有清华，北大会非常孤单，没有北大，清华也比较寂寞，所以，我也代表北大新闻与传播学院欢迎清华的同学随时到北大去听课，随时去都没有问题。然后，以后争取我们学分互换。

今天给大家带来一个讲题是大数据。因为大数据本身现在是一个非常热的话题，大概在21年前，那个时候我在北大开了一门课叫“数据分析”，是一门冷得不能再冷的课，现在呢，是热得我都受不了，所以今天给大家主要讲三个方面：第一个，是大数据带来的大忽悠；第二个，是大数据带来的实质性的大机遇；第三个，是大数据引来的巨大的风险。

大数据带来的大忽悠

我们先看大数据带来的大忽悠。用学术化的语言来表述，就是用批判的视角来看

1　演讲时间：2014年11月27日。

大数据。大家要知道自然科学要认识的模式，是在理想状态下找寻一种规律，然后去指导现实。在物理学当中，研究运动要在真空，那么在认识世界的时候，用“长方体”的概念，但自然界是没有长方体的，所以像这样科学的认识模式一定是在理想状态下去走，但实际上，大家知道，自然事物一定不是按照理想状态去走的。无论气候、海洋，还是我们要测北京的霾，如果在北京的任何一个小的空间里安装一个仪器，然后测量，我们看到那个 PM2.5 的值，那么北京真的就不适合人类居住下去了。所以科学的研究实质上全是抽样，并不是全数据。那么有一本书非常值得看，叫《大数据时代》，维克多·舍恩伯格的一本书，这本书在国内影响之大，远远超出对国外的影响，国外西方国家对这本书给出的影响只是一派观点而已，对中国人来说，这本书简直就成了大数据的“圣经”。这本书当中带来了三个极其危险的观点，甚至于可以说是三个错误的观点：第一个是对抽样的严重蔑视；第二个无原则地推崇“相关”；第三个强调全数据。实际上这三个观点没有一个是靠谱的。全世界范围内所有大数据运算当中成功的，没有一个符合这三个条件。那么这个时候，由于计算机的迅猛发展和各个学科对计算机的需求，所以人们强化了一个观点，有一个东西被神化，叫“人工智能”。那么大家要注意这一点，如果是在一定规则下预测事物的变化规律，计算机的速度会远远强于人，但是如果涉及人的因素，计算机永远是一个机器。所以“人工智能”我觉得翻译得是挺有意思的，没有人工，就谈不上智能，所以大家在这一点上一定要有清醒的认识。

我们先从一个案例谈起，谷歌。谷歌到底错在哪儿？谷歌在 2008 年开创了一个非常重要的趋势模型，叫流感趋势，它就通过一些关键词搜索技术，然后去实时地预测流感。那个时候它的预测结果，超过了美国疾病防控中心，这件事情引起了巨大的轰动，使得整个计算机界包括互联网界，都对谷歌崇拜得五体投地。但是 2008 年之后，谷歌在 100 多个星期当中，没有一次预测准确，都严重高估了流感发生率。为什么？当我们在探究谷歌这个案例的时候，你会发现，实际上它应用的基本逻辑很简单，就是按照自然语言学习，然后找寻匹配关联，就是用舍恩伯格的这种只强调相关性、不管因果关系的方法去走。从这个案例中，我们知道很多事情并不是一个规律性的关系，而是有很多关系同时发生，但仍然是个完整的独立事件，没有任意相关性的存在。以这个案例来说，美国高中职业篮球赛，每年开始篮球赛的时间，跟流感发生的时间高度重合，也就是说，任何一个人搜“美国职业高中篮球赛”，那么流感就又增加了一条。在 5000 多万个词条当中，有太多的这样的东西，那么就使得整个谷歌在预测当中出现了一个非常严重的问题，就是过度拟合和过度强调相关性，导致预测结果的全面失败。

另外，大家也会发现，在谷歌的整个算法当中，它实际上忘了一个非常重要的东西，

它不是科研院所，它是一个商业机构，最重要的是在调整算法的过程当中，到现在为止没有引入任何一个公共卫生学的专家，这是谷歌失败的一个非常重要的特点。最近，百度预测世界杯足球赛的结果，全部预测准确。首先，先说这次世界杯，实际上冷门很少，所以预测准确很正常。其次，它那个算法在运用到第二种模式当中进行运算的时候，就全面失败了。大家要知道，不可能说一个学科能够统领所有知识，所有任何想一统江湖的模式都类似于东方不败一样，是一个梦，是不太可能的。所以我们确实需要计算机的技术，需要数据挖掘的能力，但是，我们绝对不能够认为它能取代一切。“自然语言学习”这个逻辑本身，也是一个危险的信号。

那么,大数据的发展引发的一个非常重要的问题是,在没有认识总体规律的情况下,直接预测个体的行为。我们会发现,在移动媒体时代,任何一个APP都在收集用户数据,然后把你打成标签。这个标签怎么打的不说，首先这个问题就非常大。打上这个标签之后，就用这个结果去预测个体行为，然后进行推送，这里面临非常危险的信号，也就是说，在没有理解总体规律的情况下，却想理解个体，方法极其简单粗暴，但是用途很小。所谓精准营销，日益演变成“精准骚扰”。所以，这是一个非常大的风险。在大数据的运用过程当中，大家一定要注意对传统知识和基础的认识，基础知识如果没有积累，没有深度的理解，任何一个算法都不可能解决问题，算法仅仅是认识问题的一个重要模式。所以，大数据现在要真正回到人类普遍的思维方式当中，才有可能实现突破性的进展。大数据本身就是给大家一个新的算法，算得更快、更多、更广。

下面我们来谈大数据面临的几个风险。第一个风险叫计算数据。大约27年前，那个时候SPSS软件刚刚进入中国，那个时候还叫SP，SP是DOS版下的，当时我做了500个样本的一个小问卷，把数据录入进去，然后我写一个小程序打一个回车，我基本上就可以玩去了。为什么呢？我就算一个简单的百分比，我就走了，因为3个小时之后出结果。大家记住，3个小时之后出结果。那么现在，大数据的运算速度就相当于27年前PC机的运算速度。有人说，不会啊，现在很快啊，现在有很多很多的算法，比如说百度，用分布式运算，能迅速地、实时地把运算结果拿出来——这可不是大数据分析，那个是资料整理，资料整理的速度百度没有问题，但你听说过百度能做数据挖掘吗？做不了。我们前一段跟一个电信运营商要了一个完整的数据，900万智能手机用户，大约是半年的移动互联网行为，数据量大约是几个T，然后我们用各种方式进行运算，把模型建完之后我们去运算这个总数据，也就是搜集900万用户半年里使用移动互联网的行为，进行全面运算，那个时候我们一般的机器都不行。没有办法只能找16个顶级服务器，把它们连在一起形成一个超级计算机进行运算，然后从运算那个

时点开始算，到结果出来，24 小时不间断，整整算了 21 天。所以大家要知道，速度还远远没有突破。前两天我们和华大基因的汪建在一起聊的时候，聊到银河二号计算人类的基因这件事，40% 的银河二号的计算就是在算这个基因。一个人的基因里面有多少数据？有 10 的 9 次方。能算吗？一般的机器都算不了，实质上运算速度是一个巨大的风险。所以，现在如果谁说，我能快速实时告诉你什么情况，那个都不是大数据运算，是大数据推送，或者是标签之后的大数据整理。这些容易，这些瞬间能完成，但是真正意义上的数据挖掘，不可能在那么短时间内完成。

第二个风险，海量数据之后，到处都是假规律。我给大家一个实际的案例，是一个大样本嘛，其实也不算太大，5241 个样本，然后我用一个简单的线性回归。我们发现年龄、文化程度、实际收入，这三个变量较为显著，其余的都不显著。我没有把数据结构做任何调整，我就直接 copy 一半不做任何改变，再加上 1 倍的数据量，变成 1 万多的时候，忽然发现，独生子女这个变量和女性这个变量也显著了。我再把它扩大，等到 4 倍的时候，发现“体制外生存”这个变量也显著了。当我把这个样本量扩大到 33 万的时候，所有变量都显著了，别忘了，所有的数据规律我没有做任何的调整。这意味着什么？记住了，数据太大之后，我们会发现一个哲学问题，这个哲学问题就是：万物都是有联系的。这个问题是非常可怕的，这个时候你只重相关不重因果，那就是笑话，绝对是笑话。而实际上所有的运算结果全错，没有一个是对的。

那么，实际的结果长什么样呢？这实际上是 2006 年中国网络游戏扩散的结果。实际结果是长这样的，而我们用数据走基本运算的结果是另外一个样子。我做了一个估计，数据量到 30 万 ~ 70 万的时候，我们就会发现那个著名的哲学问题，所有事情全是有联系的、全面相关的，这个时候还怎么谈分析？这是第一个巨大的风险。斯坦福大学的学者特沃尔•哈斯蒂（Trevor Hastie）说过一句名言：我们是想在稻草堆里面找一根针，但问题是稻草长得跟针是一样的，我们分不清楚。这就是海量数据面临的问题，有些人会宣称，大就带来了不同，这句话不是中国人说的，是在 1970 年，美国学者安德森说的一句话，叫 more is different，多就是不同。但那个时候你听说过“大数据”这个词吗？安德森先生见过大数据么？没有，在没有大数据的时候拿出来的一句话，却成为国内抉择、忽悠大数据的一个重要的说法，叫“多就是不同”。多能带来很多深入的分析，但是带来不了那么多的不同，所以千万千万别忽视抽样，数据太大，带来的是规律的丧失和严重的失真。这是一个特别重要的切入点。

好，我们再回到刚才提到的那个案例，900 万智能手机用户半年的移动互联网行为，我们要想分析它，怎么分析？我们首先在 900 万用户当中抽取了 40 万，进行模拟建模，

然后我们在40万当中又抽取了2000个样本做问卷调查。然后是一层一层递推，我们才能在模拟运算当中找到基本规律，再从整数据里面——就是这900万个用户的互联网行为——进行分析。所以在全世界范围内还没有发现谁能离开抽样，得到的结果比离开抽样的结果还好。抽样实际上是在一个理想状态下的模拟，所以，在没有理想状态下的抽样是非常非常有危险的。所以说，那样多变的分析模式不能在现实当中一并解决，所有变量都纳入进来，最后单纯的多重共线性就会让整个模型崩溃。所以我们看变量的关联方式，如果是"同时"的状态，不是历史，也就是说我们现在的这个时间点，这个是我们经常会用的方法，也就是我们可能经常在研究方法课里讲到的"多因一果"，这是一种理想状态。现实当中有"多因一果"吗？从来没有，实际上是"多因多果"，这是正常的。那么同时无因相关的出现，是大量存在的。在历史分析当中的难度，首先是时间序列。时间序列的模型当中，你会发现都是片段式的和理想式的分析，而时间序列里面再加上"多因多果"，这才是正常的现实。而真正在分析当中我们要找寻因果的话，历史、中介先后出现，它是一种因果模式，而历史无因先后出现，是一种相关模式。这些点如果我们分析不透，分析不清楚，所有的分析陷入的只是一个"展现"，但是它的效果是没用的。这是第二个大的风险。

第三个风险，断裂和封闭。一个数据一个平台，百度有腾讯的数据吗？腾讯有阿里的数据吗？阿里有新浪的数据吗？新浪有京东的数据吗？没有。如果没有，谈什么全？对于我们人来讲，这些网站我都上，这些东西我都用，我需要的是一个打通的平台才能理解人，任何一个片段的东西说，我能怎么着，这基本上就是一个忽悠，因为它做不到。

第四个风险，我们知道在整个数据分析当中，非常非常困难的一部分叫"缺失数据"，这部分的分析是最难的。我们现在手机里有多少个APP，太多了吧，我们每一个人都不一样，APP不一样的情况下，我们现在就把我们整个班上所有人的APP整合在一起，你就会发现，真正有几个是大家都在用，除此之外，剩下是大家平常的联系非常非常少的。那么，这个联系少的过程中，对于绝大部分人来说，录到数据里面的都是缺失的。那么多的缺失量，怎么去预测？用算法。没问题，算法这件事情在这么多年的统计发展史上已经出现很多了，但是没有任何一个算法敢说，它能够把缺失数据做好。但现在所有的大数据运算都是把缺失数据做一个简单处理，然后来进行分析，这是一个巨大的风险。所以说，这个时代真的来了，但是我们要小心，这真的是巨大的风险。

但在各种"忽悠"当中，因为我们是高校，北大、清华的学生要注意的是，绝对不能人云亦云，不能把整个市面上的商业理解为学术，那是两回事儿。这里面我们要

分清楚几个概念：数据的整理、数据的展示、数据的描述和数据的挖掘。在这四个概念当中，前三个都是简单问题，一点都不复杂，如果拿什么软件，比如 SPSS、data，哪一个都能够迅速把数据整理出来，所以哪一个都是简单问题，哪一个都可以做到实时、好看、方便，迅速得到数据。但是最后一个概念是极其复杂的问题。我们可以看到，现在有人在忽悠大数据时，有个很常见的悖论，就是"获取知识"的悖论。大数据过大，实际带来的是描述和分析的简单化，它仅仅是获得表面知识，而数据过大的同时又带来了知识的丧失，而数据小的时候，又会带来数据的片面值，不是数据的全部，但我们人类知识的积累，往往是一个一个知识整合在一起之后的认识。你说在传播学理论当中，使用与满足这个理论对么？它不可能对，它仅仅是认识问题的一个角度而已嘛，它怎么可能是对的呢？你说哪一个理论是对的？没有一个理论是对的，但恰恰是这些片面的知识积累在一起之后，才构造了一个认识问题的途径，所以在这个时候，现在的大数据是力图想迅速地获得所有的知识。这是一个梦，这个梦什么时候能解开不知道，至少现在没看到前途，那么，大数据的表面知识只是一个形象化的展现。

无论是用自然语言学习，还是用这个文本挖掘，抑或是用人际网络，这些方法，说句实话，不要觉得难，一点儿都不难，我教我的学生可以一星期教会这些。如果一星期都能学会的东西，你认为他是一个真知灼见么？我不认为，我原来是一直玩数据分析这一块儿。后来开始有大数据分析这些软件，有人说这些软件很厉害，那我就去学吧，所以去年的这个时候，11 月和 12 月的时候，我从百度请了一哥们儿，天天给我讲两小时，我给的报酬就是每天请他一顿饭。然后天天给我讲两小时，讲完后我发现大数据运算的所有东西除了代码我是新学的之外，剩下的所有的东西我都知道，所以千万不要神化它。

那么片面深度知识呢？它是有深度的逻辑，有复杂的模型运算，而且是结构性的、积累性的知识体系，所以很多人都在忽悠大数据，不管哪一个企业，只要来了都告诉你大数据，但是记住，还是积累性的数据和结构性的数据最有用。

而数据整理呢？大家可以看一下一个叫 RFM 的模型，然后说这是"重点发展客户"，假设我和史老师两个人，不幸都成了"重点发展客户"，但你别忘了我们俩可能买同一个牌子的手机，我们俩假设都买了 iPhone5，那么我们俩的模式和真正的做法是完全不一样的，我之所以买 iPhone5，是因为我的 iPhone4 不小心摔坏了，我就想再买个同样的 iPhone4，因为我觉得 iPhone5 太土鳖，不能买，但是人家告诉我说，你如果再加几百块钱，就能买 iPhone5，它的功能要比原来那个强，我经不住诱惑就买了。但史老师可能不是这样，史老师是人家说你买 iPhone5 啊，坚决不买，那玩意儿太"土鳖"了，

我怎么着也是一海归是吧，咱们绝对不能够买 iPhone5。然后人家说，那这样吧，我送你一个行吗，那史老师说，这事儿行，史老师的 iPhone5 是这么买来的，你说能一样吗？“重点发展客户”，iPhone6 想动员我们俩都没戏。但现在恰恰是在这种没人有的概念下去这么玩，那怎么玩？没法玩。所以为什么叫“精准骚扰”呢？拿到名单一看收入，职业，北大、清华老师，OK，推送。

另外一个呢，是现在大数据是一个非常新的领域，前段时间参加了一个“社会计算大会”。这个大会当中十个演讲人当中有八个是在玩儿，说这个大数据可以做数据可视化。数据可视化确确实实很好看。在全世界范围内，数据可视化正在变成一门艺术，science and art，就是科学与艺术的结合。实际上，这个主要是 art，它不是 science，因为什么呢？我们可以看一眼：漂亮吗？真的太漂亮了！但是结论是什么呢？谁粉丝多，谁转发量大。这不是废话吗？你这展现出来没问题，有空大家看一看《纽约时报》的可视化网站，你到那儿看一眼那真的是艺术，我觉得都有收藏价值，但是它可不是挖掘、不是分析、不是规律地找寻，这是完全不同的两个概念。

下面我再给大家展示一个分析。为什么我说，北大、清华、人大就应该办成一个“中关村大学”，大家互相之间互认学分，互认课程，我觉得会好得多，因为这块儿是我现在正在教北大的硕士和博士的内容，也就是讲建模，现在北大的孩子们想学会的话，他们的睡觉时间在 4 点以后，持续时间两个月，如果这两个月他要是早睡觉了，而且是天天哦，如果是早睡觉了他就学不会，每年北大 80 个学生当中，估计有 15 个学生能学会，每年如此，但是实际上我更希望像类似的各种能力，清华的同学也要有，人大的同学也要有，离得这么近，一条马路算什么。

大家来看一下，这是淘宝在 2003 年如何改变了中国的网购结构，那么这个分析模型呢，一张图展现不了，总共有 16 张图才能展现出一个规律来。这 16 张图构造的是一个结论：淘宝带来了什么。所用的软件，SPSS。所用的分析方法很简单，logistic regression。不难啊，当然只要学过研究方法课程，讲到这一块儿的时候是不是都会讲？都会讲的话你会算吗？建模绝对不是说上来，用一个多快好省的方式去建模，基本上只要谈回归，这个还不简单吗？把数据往里面一扔，哪个显著留哪个，然后把这图一做出来，结果就出来了，或者图都不用做，直接做个表就完了。有对的时候吗？历史上从来没对过，反正北大这边的要求是，如果谁用回归做模型，直接不及格，因为它就不可能对。

那么，数据挖掘的营销到底是怎么玩的呢？分析所有问题，以人为本。人的生活的变化会改变他的行为，同时会改变他的购物习惯。给大家讲一个国际知名的案例，

是美国最大的连锁超市之一“塔吉特”（Target）做的营销案例：店员发现一个女顾客开始买无香型乳液，同时又开始买某种维他命，或者镁和锌这些产品，那么稍有一点公共卫生学的知识，就知道这个女性怀孕了。但是她怀孕了，并不想让别人知道，谁怀孕了想让别人知道啊，尤其是不相干的人。那么大家看，这个案例里出现了几种知识和技能，第一个是数据收集采集能力，这个一定得有，不难。第二个是公共卫生学知识，就是女性怀孕了会有哪些行为，得有这个知识才能建出这个模型来。接下来你要有最基本的心理学知识，女顾客怀孕了，作为一个商业机构，要懂得她的消费心理。好了，已经涉及三个学科了，完了吗？没有，这个时候，商家开始运算，做各种各样的运算，然后开始营销知识。营销知识就是“装傻”，因为这个时候你不能主动出击，你主动出击会得罪顾客，所以你一定要“装傻”，装作不知道这件事。但是商业机构就是要往外推销东西，怎么办，广告学知识来了，他开始发广告，只要是女性在刷卡的同时，别人拿的是十五号广告，给她十七号广告，十七号广告是什么呢？是一个巨大的除草机，表面上是给你一个除草机的广告，在边上实际上更显眼的位置，只是图案小一点，色彩更加鲜亮，是一个婴儿床，所以大家要弄明白，广告是暗着给的。那么这是一个完整的体系，这里面基本上包括了数学、计算机、统计学、公共卫生，心理学、营销学、广告学，如果没有这个组合，不会出现 Target 这么伟大的案例。

前段时间我在一个网站上，买了 5 升的洗衣液，第二天打开电脑，满屏都是洗衣液，你说，有病吧这是，你做一个简单的推算就知道了，5 升洗衣液我天天倒水也倒不了 5 升啊。就算你一个月之后再给我推送，也算你有个模型在，对吗？但是你仔细想一想，我怎么去买的，我买的方式特别简单，我打开电脑之后直奔那个网站，然后搜索这个产品，找到这个品牌，点击，下单，走了。我是什么人？这种行为一下就能看到，我是品牌忠诚者，我只买这个牌子，否则我怎么可能用搜索，然后就点击，点击完就走，什么都不看。价格我也没看，促销我也没看，我什么东西都没看。你要想体贴我，只有一件事，什么时候这个牌子的洗衣液促销，赶紧给我推送一广告，这个才叫真正的服务态度。所以数据挖掘的商业本质是：结论要简单，简单到就是给你一个 17 号广告，但是过程要复杂复杂再复杂，谁说数据挖掘方法简单，别听他的，因为他不可能对。所以，真正的数据挖掘不是黑箱操作，不是用调动数据的方法，也不是用整理数据的方法，本质上需要的是思想。人，是带动数据挖掘最重要的方式。

那么接下来谈一个小主题，就是关注人性。实际上人类认识问题的规律，我们在理想状态下去寻找的时候，要找寻理想状态，而人的情感是千变万化的。所以这个时候，我们直接做大数据挖掘都会非常危险。我从一个简单的例子来谈：逛街。有人说，

网购起来了，商场没戏了，咱先把商场分一下，传统的百货商场肯定没戏了，因为它不一定是被电商给冲击的，是被这些冒牌的就给冲击了。因为运营模式不一样。我们先要明白逛街这件事儿，是男人做的事吗？不是吧，是女人吧。女人逛街这件事的核心是什么？是买吗？错了，是逛。大家要记住，“逛”是本质。那么如果这些商场全都倒闭了，你说在座的各位到哪儿挥洒青春去？这事儿太难了。所以这是一个不靠谱的结论，你知道人性这事儿就不可能靠谱，所以你才会发现，在大片的电商的大量冲击下，全球出现了一轮商场的倒闭潮，这件事确实存在。但接下来在倒闭的过程当中却出现了另一种商业模式。如果大家去美国，务必去看看梅西百货（Macy’s），它原来也是很传统的那种百货商场。它们现在的做法是，既然互联网带来方便，那我们给你提供与网购一样的便利条件。也就是说，在梅西百货，你可以试衣服，如果试完衣服想买它，然后又没有你的号，你直接下单过几天给你送到家。如果这个号有，买完你也不想拿着走，也可以给你送到家。这电商不就这点事儿么，你又能逛，又能空手，你又不用带着跟班了，这事儿挺好。所以梅西的销售额一飞冲天。

因此，很多时候我们要从人性的角度去看问题。有很多人说乔布斯从来不做市场调查，错了，我告诉大家，在乔布斯时代和库克时代，乔布斯在中国市场的调查一天没有停止过，因为我是中国市场调查协会会长，我知道这件事儿。他们从来没停止过。只是乔布斯本人不喜欢做定量研究，每个人的习惯是不一样的。但他有一个习惯，在苹果公司附近，有一个巨大的苹果体验店，他呢不能每天去体验店待着，但他只要有时间，就躲在体验店外面的灌木丛里观察体验店里人的行为，所以人们给他起了个外号叫作“灌木丛后的乔布斯”，这才是核心。所以从事定量研究，如果模型研究里面你发现不了人性，也找不到情感，也找不到任何体验，那么你这个定量研究是没有任何意义的，那只是一个数据的整理而已。所以建模这个事情，如果一个模型建好了，你可以知道一个形象化思维的人，图片感特别好，那么你在这个模型曲线上看到这个人的样子，你可能在另一个模型曲线上把图片往上一贴，就是长这样的，那个位置就长这样。情感、动机、感受、人的生态，都能够体现出来，这才是真正的定量研究。所以千万不要以为定量研究就是统计，那是完全不同的两件事，数据的分析和整理只是基础。很多时候，纯 IT 专业的人不可能做好数据挖掘，数据建模的前提是一定要理解消费者，我们现在在做这个大数据的研究的时候，一定是“三结合”的团队：首先，要有一个写代码的，这帮人比较熟悉计算机；其次，要有资深的市场研究人员，因为他熟悉各种数学模型，熟悉各种人的分类模式；最后，还要有营销人员，谁跟我们合作，我们就找这个企业的人，加入我们的团队，否则就做不好。我没有做过市场营销。我

也不可能比玩计算机写代码的人写得好。但是我懂市场研究。同样道理，这是一个组合型的关系。相互合作才有可能做好数据挖掘。

大数据带来的大机会

前边先谈的是忽悠，“忽悠”是本质，因为我们已经对众多的企业，包括 BAT（百度、阿里和腾讯），包括 IBM，整天在讲大数据多么有用，但实际上并没有多少成功的案例。

而真正成功的案例应当是大数据所带来的巨大机遇。我们知道，产业革命当中，把人去掉，什么都简单，比如汽车业，已经开始在你的汽车上安装各种各样的设备，这些设备直接联系你的所有机器的磨损状态，提前一两个月告知你，轮胎最好换一下，轴承怎么怎么样，没问题，在不考虑人的因素的情况下，做得已经非常完善了，而且知识体系也完整了。

但只要涉及人的因素，还会出现很多的问题。零售产业的革命，包括互联网信息革命，很重要的一块是公共卫生和医疗，还有教育产业，都会有巨大的机会。我给大家举几个成功运用大数据技术的例子。

一个是上面我们讲到的 Target，到底是怎么玩的？怎么能得到这种结果？

首先，Target 要做一件事情，给你发卡，有打折优惠的同时再给你折上折的优惠，如果你想要一张优惠券，得填份问卷。这是什么？这就是抽样调查，然后它把个人资料和你的偏好记录下来，然后剩下的你刷卡刷了多少，这件事对它来说很容易，跟银行卡关联。它就在这个基础上建构了分析模型。刚才那个“推销婴儿车”的案例就是这么建构出来的。这是它的一种逻辑。Target 的法宝是抽样调查加大数据推送。大数据体现在哪，推送。主要是你刷卡的同时，计算机会迅速展现出来推送第几号消费广告。

英国的连锁超市“特易购”（Tesco）也是一个很擅长做营销的企业，它玩的是抽样实验。Tesco 每天在做 200 个实验。200 个呀，吓到了吧。它进行各种购物篮组合。把所有的商品用 20 个维度打分，最后就特别简单了，在你的购物篮当中，突然发现你买了 20 件商品，20 件商品中时尚性得分的有 8 个，那就说明你这个人比较时尚，所以给你推送 15 号、17 号之类的广告。Tesco 已经完整地做到了一点：任何人去消费的时候，你拿到的广告是不一样的。这也是一个以大数据推送为核心竞争力的企业。但是它本质上采用的是实验法，还是抽样。

快消服装连锁店 Zara 玩得比较神奇，采用的是市场研究中非常重要的一个方法叫

作“陪伴购物”。怎么玩？让每个连锁店的店长做调查员，每天必须给总部传回去两条数据，有一个人在 Zara 里头逛，在哪里停留了、表情是什么、行为是什么，都要记录完整，调出录像来，把资料合成在一起传回总部。这是抽样调查。要是 Zara 有 2000 个店的话，每天传回去 2 条，就 4000 条，一年呢？多大的数据量。所以整个的配送、服装样式的改变，所有的东西依赖于这些店长调查员，所以它用的是“视频加店长调查员”构造的一个数据分析的模型和平台。

亚马逊是当今互联网公司当中比较传统的、应用计算机模式进行推送的一个典范。它用的方法比较简单，主要靠行为痕迹加文本挖掘，英文的文本挖掘技术是很成熟的，正确率甚至可以达到 85%。中文文本挖掘，到现在为止，谁告诉你说超过了 50% 都是在忽悠你，没有一个能做到的。我看到最好的一个中文文本挖掘的平台，也就是《人民日报》文本库，能达到 70%，我信，毕竟报纸语言是比较规范的。中文的网络语言就太难分析了。微博文本没有超过 40% 的，最近是“任性”刷屏。这个词你要是分析的话，意思是很难把握的。

回过头说亚马逊，他玩的是行为痕迹和文本挖掘形成的运算，但是所有的运算从来没有建立在全数据基础上的。都是“品类抽样”，然后进行推送运算。如果有机会，大家去亚马逊的美国网站好好看一下，这是计算机行业经常用的经典方法，但是它用的逻辑当中撇掉了舍恩伯格《大数据时代》中“忽悠”的那套逻辑，用的是抽样，然后得出来基本结论。

再说沃尔玛，多年雄踞世界 500 强之首，但在大数据方面落后了，沃尔玛花了 3 亿美元买了一个谁也不熟悉的一个公司，这场交易出来之前我也不知道这个公司，因为我对数据分析这一块非常感兴趣，因此很多相关公司我都听到过，但我真的不知道沃尔玛收购的这家公司，Kosmix。这家公司是玩社交分析的，员工总共 70 来人，花 3 亿美元去买，就是因为它落后了，所以要打造社交信息跟沃尔玛的购物信息结合的建模过程。它现在能用到的实际上是一个配送配货的工具。这是一个比较传统的例子。未来，沃尔玛一定会建立一个跟社交连在一起的分析平台，可能要玩社会化媒体跟沃尔玛的结合。

但也不要迷信这些大公司，大公司里边玩不成的事情多了，前一段时间腾讯，花了重金请麦肯锡。这件事太厉害了，全球最著名的在商业上做大数据的这帮人云集腾讯，总共去了 40 多个，都是顶级专家，就想玩那个腾讯 QQ 空间的数据，最后这 40 多个专家 3 个月之后铩羽而归。不敢做。麦肯锡这个项目也不敢谈。因为大家知道，太难了。

讲一个中国的案例。我不能说是谁，这是我做的。因为正处于保密期，只能用于讲课，

里边所有的词汇全是假的。可能所有人知道大数据的时候，都知道婴儿纸尿裤与啤酒关联性的例子。纸尿裤与啤酒能叫大数据分析吗？那可不是。那是在数据整理过程当中偶然发现的一个相关。真正确认相关性使用的方法，是前面说过的“陪伴购物”。超市的负责人发现同一张购物单上出现纸尿裤和啤酒的可能性特别高，然后派人去超市里看，看人买尿布的时候，还买什么。结果发现在美国是男人买纸尿裤多，男人是下班时间买，买完后直接回家。买纸尿裤是基本需求，同时会顺手拎一些自己平时喜欢的商品，啤酒是其中之一。真正确认这个结论跟大数据没什么关系，是使用“陪伴购物”的方法发现的。

再介绍一个“连带购物篮”技术。首先要运算人们购买的基本行为规律，这种规律是必须先行确认。把这些规律确认之后，找寻品类和品类之间的关联。我们举个例子，假设一个人买 A 牌的卫生纸同时买 B 牌护手霜的可能性是其他所有人的 3.6 倍，买了这两个东西，买C牌牛奶的可能性是其他所有人的4.84倍，买了这两个东西去买D牌盐，同时再买另一个牌子香烟的可能性是别人的 4.44 倍。一个品类当中我们发现的这种细节性关联总共有多少个？总共有 1600 个。这 1600 个组合可以被应用到营销当中。无论是推送还是广告都在应用之中。那么大家可以知道，真正在运算的时候，你会得到很多这种东西。然后你可以发掘连带关系与品牌特性的相互影响，也可以看到时间变化的层级，所有这些如果没有一些复杂的数学模型，单纯用现在所谓的一些算法，能算出来吗，不可能的。所以做这一块，总共耗费我们团队 5 个月时间。

大数据可能带来的大风险

最后一个主题，我想给大家简单谈一下大数据可能带来的巨大的风险。一个东西快速发展，人们都是始料未及，在始料未及的情况下，怎么办，一定会面临很多的问题。而这些问题，有些是大家耳熟能详的，比如说，互联网带来的隐私泄露的问题。隐私包括国家安全这一块，我觉得这个我不用谈，所有人都在说。但是，实际上这里边暗含了很多严重的问题。

现在有一概念在中国最火，叫“可穿戴”；也有一个概念也非常火，叫“智能家居”；还有一个概念特别火，叫“物联网”。这三个概念火得一塌糊涂，大家可能并不知道，从今以后，也许买的任何一个油烟机，里头是有定位的，买的洗衣机里边是有定位的，因为要传输数据回去嘛，要搞“智能家居”嘛，智能家居要告诉你什么时间前要坏嘛，

车里边都有这东西了，家居里边都有，很正常，但是如果大家想一下，在一个空间里边，你买的所有的东西，未来没准连家具城的家具都有，也就是任何一个东西里，都有这么一个传输设备，你敢住在那儿吗？你想想。

我就咨询了这方面的专家。他说，100 个这种东西放在一个屋里，也没有问题，都是符合检测标准的，我说那个屋子你敢住吗，在这么一个状态下，谁还有隐私啊？你再做检验模拟，也模拟不了这么多年啊，短时间内没有任何影响，我信，但长时间我不敢说。很有可能引发人类的危机。现在大家想想，我们的逻辑是错的，动不动说我们要探索火星，地球住不下了，我们去火星去。你去祸害火星干嘛啊？这种方式和逻辑从一开始就是错的。因此，可持续发展的概念跟过度开发的概念完全不一样。但前者没有引起足够的重视。

实际上，在互联网发展的进程当中，我们落后于美国的状况没有多少改变。无论是在安全方面，还是在技术方面。我们是全世界最大规模的云存储国家、最大规模的云调取国家，也就是说我们的 CRM 很多，非常众多的 CRM，也是全球玩“数据可视化”玩得最 high 的国家。但是在全球范围内，没有几个中国人在玩数据挖掘。这是可怕的。非常可怕的一件事。未来可能对中国来讲，这块是真正的前沿问题。

北大、清华有这个责任。我也是学文科出身的。我是北大社会学系毕业，文科考进来，真正的文科生。我的学生当中，玩大数据玩得好的一个，本科学的是中文，另外一个本科学的是英语，连数学都没学过。有问题吗？没问题。谁让你来北大、清华的。这个词加到你头上，别以为那是好事，这辈子的枷锁。你只要一毕业，所有跟你同时进入这个企业的人，都把你当成假想敌，首先这人是清华的，不好说，都是学霸，接下来往前走，做得好正常，你是清华的，做不好，清华毕业的连这都做不好，你没辙吧。所以升迁不一定比别人快。因此，你们既然来了，就要经得起折腾，就要敢于面对比别人更大的挑战。谢谢大家。

提问环节：

问：关于大数据，很多算法在大数据之前就提出来了，如果把这些再应用到大数据里面可能会存在问题。所以现在大数据需要解决的最根本问题，是不是需要一个专门基于大数据应用的算法？或者说把传统的统计学的东西去掉之后，针对全数据提出一种理论，大数据才能继续往前发展？

答：首先，如果想用一种模式解决所有问题，这个是人类一直以来的梦，这个梦我估计永远是梦，我估计做不到，不可能做到。其次，没有全数据，你记住，任何数

据都无法做到“全”。所以无法做到你说的那一点。比如，我在中国电信，所有中国电信的用户的行为数据都有，这还不全吗，你有的是今天的，明天的你有吗？哲学家说，不同时间踏进去的不是一条河。永远做不到全。因为时代在变化。我用 1 亿用户来算，和 40 万用户算出来的结果，会有差异吗？在模型建构上？没有差异。美国大约是两三亿人口，美国总统竞选，在预测的时候从来用的样本量都是 5000，历史上就没错过。尼克松竞选总统，预测的时候得票率是 43.2%，实际的结果 43.3%。5000 的样本，有问题吗？没有，千万别被“大”给忽悠了。

“全”的概念永远没有规律，所以在方法当中，整体论思想和个体论思想是两个流派。整体论、系统论思想当中，从来没有见过一个真正意义上可分析的、可梳理的模型，历史上就没有，所以只是一个构架和方案，但是没有成熟。

问：*如果我们自己想做大数据的话，面临的很大问题就是没有数据，这个数据可能是需要从网上抓取，但这样的话，数据也不够多，老师有什么建议？*

答：这件事一点都不难，现在是一个不缺数据的时代，如果要是清华的同学特别想要大数据的话，北大新媒体研究院很快就推出一个云抓取的平台，给大家开放就好了，很容易，数据永远不会缺，这个时代不缺数据。我们那个平台可以做到 56 万个网站内容的抓取。这些事情不需要新闻传播学院的学生去做的，就是个技术而已，你需要的是分析它。抓取数据并不难，难的是如何分析它。

问：*您分享的案例主要是大数据对商业、对营销的影响，对从事传统新闻业务的人来讲，大数据带来哪些影响和启示？现在的媒体在炒大数据概念的时候，主要应用在数据可视化方面，不算是大数据的内核，所以我想问大数据核心的数据分析对媒体人有什么意义？*

答：这个问题有点大，一说新闻传播学院，大家就以为是在说新闻，一说新闻，就以为是采、写、编、评，我觉得有点老了。你们的毕业生当中，去新闻媒体的人真的是那么多吗？我的学生，大约每三年能有一个去媒体，我的学生基本都是在百度、新浪、腾讯、华为、联想这些地方，我觉得很正常，大约 2/5。去新闻媒体的比例没那么多。别忘了，新闻传播的核心是传播，不是新闻，新闻是其中的一部分，传播是最大的概念，那么，如果传播是最大的概念的话，你在任何一个岗位，当记者，你需要知道很多新鲜的东西，未来当社会化媒体发展到一定程度的时候，你抓新闻点，大家喜欢不喜欢，你不得知道点舆情的抓取吗？不得懂一点对人群类别的分析？你整个写出来的东西哪些人会关注、哪些人会反馈、怎么传播出去，本身路径跟传统媒体肯定不一样。过去我们说电视的黄金时间是在晚上七八点，

现在黄金时间在哪儿呢？最近发现，文化程度高、收入高、年龄 25 ~ 50 岁的人群，是在晚上 10 点半前后一小时，是抱着手机听着电视，所以谈什么三屏融合，也是胡扯，怎么融合？本质上玩着手机玩着社会化媒体，听着电视，看一会，没啥意思，接着刷。未来新闻媒体的业务会发生非常大的变化。传统的采、写、编、评是基础能力，必须会，但是可能应对的领域绝不是这些。未来你可能去了新华社，如果没有这些基本的技能，永远跟不上弦。现在这个东西发展是非常快的，你们学院的沈阳教授，他这个舆情工具你玩一玩吧，就会发现选题就好选了吧。当记者整天苦哈哈地想写啥，拿大数据一看，就知道了。从选题开始，整个思路、传播的路径、媒体的组合，这会成为新闻媒体未来的趋势。因此，新闻传播学院的学生务必要学会多种技能。

问：大而全的数据没有小而精深的数据便于我们挖掘东西和建模，但是我们现在面临的问题是，我们在抽样的时候，如何保证样本真的能反映被调查者群体的真实情况呢？

答：这个问题问到了本质，中国人现在填问卷的比例受影响很大，问卷肯定是有偏的。现在中国大约有 20 多家企业在做一件事情，找寻愿意填问卷的人，把这些人进行组合之后，像 GMI、SSI、QQsurvey、E 派，非常多，叫样本库公司，你在样本库基础上，很难一定能做到跟现实的结构完全一样，但至少有对比组，有国家统计局的人口数据，同时也有 CNNIC（中国互联网络信息中心）提供的最基本数据分布，你按照那个分布，等比例分层的方式配进去，可以近似做好。否则很难。

录音整理：王妍、杨洁、宫嘉玲、王龘、程慧琴
校对：赵涵漠

第十五讲
互联网时代的舆论引导[1]

◎ 王　惠

曾任中共北京市委宣传部副部长、北京市人民政府新闻办公室主任，资深媒体人，同时兼任清华大学新闻与传播学院和中国传媒大学客座教授。先后从事过广播、报纸和电视工作，曾任北京电视台副总编辑；北京申奥期间，任北京奥申委新闻宣传部副部长，负责新闻宣传工作，亲历了申奥中的重要时刻和重大活动；北京奥运会筹办和举办期间任北京奥组委新闻宣传部部长、北京奥运新闻中心主任、北京奥运会、残奥会新闻发言人办公室主任；2022 年冬奥会申办工作启动后，她继续担任北京冬奥申委宣传部部长，组织并参与大密度的新闻发布、媒体接待工作，具有与境内外媒体沟通的丰富经验。

同学们好！非常高兴，我每次来清华，心里面都充满了一种喜悦，因为每次都能看到你们年轻的面孔，看到你们渴望求知的目光，看到你们开放的姿态。上次我来清华时正好赶上周末，我一进入大厅，看到人很多，为什么这么多人呢？原来因为是献血日，很多清华学子都把自己的袖子撸起来，主动伸向了医务人员。当时对这件事情，我感到很震撼，于是就在那耽搁了几分钟，仔细观察这个场面。我看到很多学生在登记注册的时候，是一种很期待的表情，在献血的过程中，他们也很平静，也非常坚定，献完血以后，很多人脸上都有笑容。说实话我站在那里被感动了，后来我写了一个微博，就说了这件事情，说我在清华看到了什么。很多人给予你们高度评价，这是什么？这是我们民族的希望，这是我们国家的力量。所以看到你们的时候，我心里总是有一种温暖，充满这种感动。

今天我要讨论的话题和我以前讲的不一样，但实际上这个话题也常常被人讨论，因为我们都知道，我们现在已经进入了互联网时代，互联网时代意味着自媒体时代的

1　演讲时间：2012 年 12 月 20 日。

来临。我是新闻发言人，多年来我一直做的这个工作，就是把政府的声音传递出去。过去我关注什么？我关注的是我说了什么，更关注媒体是怎么转述我说的，媒体只要把我的话传播对了，我觉得我就完成任务了。我自己说什么我当然自己要控制，媒体说我说了什么，我经常控制不了。

但如今，我好像不能只关注我自己说了什么，或者媒体说我说了什么，我更多的是要关注网民在说什么，因为今天的话筒不仅是我一个人拿着的，只要有人用手机、用互联网，他手里就有了话筒，有了扩音器，他在传播信息，所以他们都是媒体。有多少人呢？根据 2012 年 7 月发布的《中国互联网络发展状况统计报告》的数据来看，中国目前有 8 亿多人在用手机，5.38 亿人在用互联网，[1] 这些人都是媒体，那我们是不是一个媒体大国呢？当然是。这个变化发生在什么时候？也就在最近十几年内。你们在座的都是伴随着互联网在中国和在世界的发展而成长起来的，因此你们是互联网一代，今天的互联网对你们来说已经是生活重要的一部分，你们离不开互联网，网民的主体也是你们年轻人，可是在我们眼中互联网是什么样子的呢？今天我利用这个机会与大家一起讨论。

互联网给我们带来了什么？

由于你们从小就接触互联网，觉得它很自然。但互联网对我们这代人来说，却是一个非常大的变革。我认为，互联网所带来的变化，具体可以分为以下几个方面：

第一，互联网改变了传播方式。从最早的口头传播时代到后来纸质媒介、电子媒介、数字媒介的产生，新媒体的出现对既有的传播方式产生了巨大的影响，这种影响又以互联网时代的出现尤甚。因为我们过去的传播是单向的，说话的人和听话的人都是固定的，我说你听，是这样的；或者是我是受众，我听的是别人对我的传播。但今天不是了，同一件事情，你可以是传播者也可以是接受者，互为传播者，互为接受者。我们知道信息传播拥有传播链，这个传播链上有三个环节：第一个是信息的制造者；第二个是信息的传播者；第三个是信息的接收者。我们今天是什么角色呢？似乎我们每个人都是三个环节，你在制造信息，因为你经常被人传播，你也在传播别人的信息，同时也在接受别人的信息。所以今天传播的方式完全改变了，已经和过去单向的方式不一样了。

1　据 2016 年 1 月发布的《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2015 年 12 月，中国网民规模达 6.88 亿；手机网民规模达 6.2 亿；手机用户数达 13.06 亿。——编者注

就像我刚刚说的，我对媒体说话，媒体把我说的话传播出去，那么，我会在意媒体怎么传播我说过的话，但今天，你在不知道的时候就已经被传播了，而且你也不知道传播给你的是谁，更重要的是被传播者转身就变成了再传播者。这个传播链已经变得非常复杂，不再是简单的单向传播。

第二，互联网丰富了信息的内容。我们现在所处的是信息爆炸的时代，信息量太大了，为什么它爆炸了呢？就是因为互联网。过去，我们学的知识都是看到的，看不到的学不了。今天，知识无所不在，只要你想，学什么东西都可以，信息实在是太丰富了，所以我们得到信息也很容易，什么都可以看得到。听说过的你当然知道，但没听说过的你也可以知道；经历过的你当然知道，没经历过的你也可以知道；过去你可以知道，未来你也可以知道，所以是横跨的。为什么有“穿越”这个词？穿越也是因为信息量过大导致的这种结果，因此信息量由于互联网而变得丰富了。

第三，互联网方便了人们的工作和生活。你们在座的很多人上学都带着电脑，因为它可以帮助你。你可以把你今天学到的东西马上传给你需要的人，你也可以从上面获取你需要的信息，特别方便。工作也是这样，我们每个人工作时都必须有一台电脑，你离不开互联网，要从上面和很多人沟通，你也要用它获取很多的知识，更重要的是你使用它来进行交流。因此，互联网方便了我们的工作和生活，我们的生活方式上也改变了很多。我记得 1999 年在北京电视台的时候，曾经做过一个测试，这个测试叫“网络生活”，比的是看谁能脱离现实世界而仅仅依靠网络来生活，谁生存的时间越长，谁就是冠军。当时我记得那位冠军脱离了现实生活，被关在一个小屋里，只依靠互联网，生活了 6 天，6 天后，这个人从房间里出来的时候，脸都是绿的，当时完全靠互联网生活是很艰难的。而现在，我们大家靠互联网生活 60 天都没问题，而且活得很自在，网上什么都有，你要什么有什么，你一点都不会有与世隔绝的感觉。所以说，我们的工作、生活方式完全因为互联网而改变了。

第四，互联网缩短了人际距离。因为有了互联网，人际交往扩大了多少，你自己都没法去计算。过去没有互联网的时候，我们认识的只是见过的人，而且见过的人还是打过招呼、打过交道的人，现在不行了，只要你现在一开始上网，开始利用这些工具，微博也好，QQ 也好，你只要用这些东西，你看吧，你在和谁交流呢？你跟谁在沟通呢？你在和谁说心里话呢？也许这个人你根本没有见过，也许你永远不会见到他，但是你和他已经成了亲密的朋友。所以我们现在可以发现，我们身边的人，忽然间多起来了，有很多人包围着你，他们是谁呢？是你的网友，因此我自己开微博以后，我有时候也组织一些网友的活动，我组织带大家去植树、去扶贫、去敬老，等等，每次经常有上

百人参加。见了面我一看，哇，我怎么都不认识啊。可是这些人在微博上都已经是我的朋友了，一见面都喊我惠姐，他们都认识我，然后他们一说微博名，我就知道这是谁、那是谁。但是脑子里想象，那个人是那样的，一看真人，原来他是这样的。由此可以看到，人际交流的方式已经发生了变化。

我们今天已经进入了一个大众麦克风的时代。你们各位是学传播学的，应该知道，掌握麦克风是多么重要。谁掌握了麦克风，谁就会引导别人。那么现在人人都是麦克风了，我们在被别人引导，同时我们也在引导别人。我们去餐馆吃饭，一道菜端上来，过去大家都要争着享用美食，今天则是争先恐后地拍照上传，人人都变成了媒体，每个人手上都拿着传播的工具，都想把它尽快传播出去，大家都在关注传播，而没有几个人在关注怎么吃。

在英国，有人曾写过一本名为 *Information is Food* 的书，翻译过来的意思是，信息就是吃的，各位说我们能离得开吃吗？一日三餐我们离不了，因此我们今天也就离不开信息了。时代在变化，穷的时候，你们可以问你们的父母，他们一睁眼想的是今天我们吃什么；今天富了，年轻的人想创业，一睁眼想的是，我今天干什么。今天进了信息化时代，人就变了，很多人睡觉的时候，在床上一合 iPad 就睡着了，一睁眼就打开，他想的是今天发生了什么，或者我今天想传播什么，我想跟谁说什么，或者我想听听谁跟我说了什么。都是什么？都是信息。

一把双刃剑：令人又爱又恨的互联网

我们很爱互联网，因为它给我们带来了很多的好处，这些好处具体是什么？

第一，方便。无疆界，在哪儿都能看。各位可以走遍世界，同样可以知道清华的每一天，而且通过互联网，你可以在任何地方接着上课，没有问题。

第二，海量。无边缘，想查啥都有。你说你想查一查老子说什么了，马上上网，百度出来了；孔子说了什么，百度出来了;《圣经》里怎么说的，google 出来了。中文英文都可以，什么文都行，什么都有。

第三，快速。省时间，一键即可得。这就是吸引我们的地方，因为我们现在生活节奏太快，快速，可以省下时间。一键即可得，只要你一点击，就有了。我们可以立刻都复制下来或转发出去。

第四，互动。自媒体，你说我也说。这个互动也很吸引人，过去都是我听你说，

现在不行了，我也要说。所以很多人现在说，微博开了，人人都是媒体，人人都在说，人人都在转发，一件事情发生了，马上大家都变成了媒体，你说我也说。

但我们有时候也不得不去恨互联网，互联网的弊处又是什么呢？

第一，缺乏理性。我记得有一天，北京顺义有个小孩，突然吃到一个桃核卡在了嗓子里，孩子窒息了，有生命危险，他的母亲立刻决定把孩子送到儿童医院去，但是从顺义到南礼士路的儿童医院有多远？她要穿城而过，但北京的交通却那么糟糕，这位母亲知道她已经非常非常艰难了，她把希望寄托在了交警身上，交管部门接到电话求救后立刻派车去接她，警车开道把这孩子送到医院，25 分钟，像飞一样去了，孩子得救了。这个消息传出来以后，我写了一条微博，我说："这个交警真的很好啊，他很快就把孩子送到医院，让这孩子得救了，这交警应该赞一下。"但是立刻跳出来一个人，这个人账号叫"腰不直"，他站出来说话了："这都是政府的错！政府为什么不在顺义盖儿童医院？让这个母亲这么大老远的把孩子送到礼士路，现在孩子得救了，如果没得救，这条命就是政府害死的。"我一听就觉得这个人的误解太深了，眼睛不睁就开始骂人，我当时就觉得应该和他讲道理，我说："这个母亲，在孩子遇到麻烦以后，她的选择是儿童医院，这是她的权利，交警帮助母亲把孩子尽快送到医院，让孩子得救了，这个交警就是对的，我们就是应该称赞他。这和政府没关系，别什么东西都往政府身上扯。"

第二，喧闹浮躁。一上网，人人都怕寂寞，都想表现"我在呢！"就像电影里葛优所说的，他生怕自己不在场，老是追求一种在场感，所以他就开始喧闹，知道不知道我都要说，了解不了解我都要评论，不管怎样我都要转发，反正什么事情我都要掺和一下。网上一下子便变得特别喧闹，什么声音都有。在互联网上想要听到不同的声音那是太容易了，任何事情都有人说不同的意见。

第三，真假难辨。互联网的特点就是，只要有人写，就会有人看；只要有人看，就有人写；只要有人写，就有人传；只要有人传，就有人生气；只要有人生气，就有人行动。所以，今天为什么很多事情出人意料的就发生了，就是有推手，一群人也许是盲目的，也许是有意的，总之他在推，一下子就把一件事情推得不知道是怎么一回事了。去年春节前，中央领导在北京探望了一家困难户，问他们："你们家租的是廉租房？""对"。"一个月多少钱？""77 块钱。"领导刚出门，新华社发消息，消息刚发出去，互联网上出现了一种人——"福尔摩斯"。他们说："不对，这家人一点都不穷，是北京市朝阳区公安局的干部。"马上把照片给贴出来了，"你看，这是去年他们家在欧洲旅游的照片，这是今年在澳大利亚旅游的照片，这是他们家的身份证，这是他们家的户口本……"

全部晒出来了，我当时第一反应就傻掉了，天哪，我们的朝阳区作了假，让人家给揭露了，这可怎么办？全国人民和我们要答案，上级部门专门打来电话，连领导本人也知道了，派人来过问，到底是怎么回事。到底怎么回事？我们也不知道。朝阳区领导来了说："我用脑袋保证，那是真的，互联网传的信息是假的！"你用脑袋都保证了，那你说啊，说了谁信呢，大家都知道，网上一旦有人出来辟谣，越是政府说的网民越是不信。完了，这可怎么办呢？这时候领导们研究来研究去没有办法，我说话了："我们的舆情监测部门看到，香港媒体把这件事铺天盖地地炒作，这对我们当然不利，但是媒体关注就是好事，我倒觉得我们现在说什么，恐怕老百姓都不信。我们不如借媒体之口说我们的话，明天我们带几家香港媒体去他们家看看，让他们写报道，告诉互联网，比我们自己说要好。"领导一听，反正也没别的什么招数，行吧。第二天我们就去了，带了三家香港媒体去他们家，到了这家人家一看，哇，全家人生活在"水深火热"之中，没有一个人敢出门，只要有一个人出门后面就跟着一群记者，看你去哪里上班，是去朝阳区公安局，还是扫大街，看你身上衣服值多少钱，看你买多少钱的菜，吓得他们家人都藏在屋子里头。我们进去一看，大白天的窗帘紧闭，一撩窗帘一看，外面有十几架摄像机，只要你拉开窗帘，你吃饭、上厕所，你们家什么陈设，你们家是什么样子，全都给你拍，还有隐私权吗？海外媒体一看，哇，大消息来了，兴奋，马上就写，他们家把户口本拿出来，身份证拿出来，我们眼睁睁看着，这才是真的，互联网上散布的谣言果然是假的，所以大家看看，这就是网络传播的力量，我们要花多大的代价去澄清这些谣言。

第四，盲目攻击。他不管你这个国家有什么需要，他不管民族有什么期待，他自己的事情只要有一点点不顺心，马上就拿出来，挂上一个大题目开始攻击国家、攻击社会、攻击我们的体制，任何事情都看不顺眼，任何事情都是政府的错、体制的错。所以我们认识到，互联网确实是一把双刃剑。

网民参与公共传播的特点和方式

微博出现以后，事情变得更麻烦了，整个舆论格局的情况大变。这时候真的是人人都变成麦克风，人人都变成通讯社，大家都掌握了一个媒体，我们就看看，现在信息多元、多角度，说什么的人都有，谁都在说话，说出来的话什么效果都有。所以我们就说了，很多人以前怕记者，现在你也不用怕，因为即使记者不关注你，网民也在

关注你，你堵得住记者的口，堵不住网民的口。而且信息发布相当快，网民的现场有现场感，所以他有现场直播权。因此，刚才有个同学问我，“第一时间”到底有多长？我说我从来不认为第一时间是个长度，我一直坚持说，第一时间是个概念。事情发生后哪怕整整两天，只要没有谣言，你都拥有第一时间，随时可以说。但是只要谣言产生了，哪怕只有 3 分钟，你就丧失了第一时间。动车事故就是如此，温州“7・23”动车事故，4 分钟就有人发微博了，13 分钟就有人上传视频了，等于直接拦截了政府的新闻发布会，把新闻发言人的第一时间彻底拦截了，他在现场，发布比你快，铁道部再快也不可能 4 分钟就开新闻发布会，肯定来不及。因此，网民拥有现场直播权。

网民在微博上关注相当热切，并将矛头指向政府。他们关注四类突发公共事件：自然灾害、事故灾害、公共卫生、社会安全。在微博上传播的四类公共事件中，他们是第一信源，因为他在现场，有消息，传播得非常快。他们指头一动，三个字“出事了”，就发出去了。政府不可能那么快，也不可能发这样的消息，所以他们在这样的重大事件中总能拦截我们。

网民还特别关注六大关系问题：官民关系、警民关系、城乡关系、医患关系、劳资关系、贫富关系。举例来说，前段时间北京两个医生被患者拿刀捅了，医患关系立马就尖锐起来了。网民这时候缺乏理性，易被鼓动，这些问题一旦出现，他们马上就跳出来了。说话向着谁？向着弱者。在城乡关系中，向着“乡”；在官民关系中，向着“民”；在警民关系中，向着“民”；劳资关系中，向着“劳”；贫富关系中，向着“贫”。这就是网民的态度。而且他们非常关注当下的热点问题，当热点一出来以后，马上说什么的都有，你说我也说，你也不知道这里面谁说的是真话，谁说的是假话，真话假话搅和在一起，一下子让我们觉得舆论实在是太复杂。

此外，网民关注热点的方式也呈现出一些显著的特性：

第一，热切关注，先入为主。先给你扣一个帽子：“这都是政府的错！”什么都不了解，他们先下结论了，这是一种参与公共传播的方式。

第二，热心传播，不分真假。管你是真还是假，反正我先传了再说，所以很多事情被传播了。2008 年贵州“瓮安事件”，一个女中学生跳河了，为什么跳河谁都不知道，但是网上的“福尔摩斯”马上就说了：“她的死和警方有关！”哗哗哗一转，动员了几万人抬着尸首上街游行，最后还冲击县委县政府，不甘心，又去了一趟县公安局，几十辆车已经烧成铁疙瘩了，还不甘心，又去了趟繁华大街，接着闹事。最后调查出来了，这事和警方一点关系都没有。

第三，热衷炒作，乐此不疲。什么事情都想炒一炒，你看我能说句话啊，管你什

么事我先掺和一下，我先转发一下，我先评论一下，所以就开始闹腾，什么都在转。

第四，热情参与，娱乐化倾向。什么事情都被网民娱乐化了，前段时间，在云南省的会泽县，云南大家都知道，是丘陵地带，不像我们北京，修一条高速路很快，它们修高速路艰难极了，时间也长，成本又高。会泽这个小地方好不容易修成了一条高速路，于是相关部门就在官方微博上发布了这个消息，但是他们两个“一把手”没有出席开通仪式，当地的宣传机构的人员觉得，我们市长和书记没有来怎么像话呢？于是他们就把两个领导 PS 到了现场照片上。两个人站在那里，大家一看就知道是假的，但网民却高兴坏了，他们觉得太好玩了，终于有得玩了，于是就把他们 PS 到埃菲尔铁塔、自由女神像、金字塔上，他们两人就这样在全世界转了一个星期。等到网民“玩”够了，当地的同志于是就出来说话了，他们说道：“谢谢各位网友给我们领导安排了这么丰富的旅游活动，现在他们两个人回来，我们让他们开始工作吧，那么我们现在就发布一条他们两人最近工作的消息。”我觉得他们的这种做法很好，顺应了网民的心态，没有去对立、去指责、去批判，但是我们也看到了网民的这种娱乐化的心态是什么样子的。

在当下，上了微博就如同进了闹市。例如，韩寒在新浪上发布的第一条微博就写了一个字“喂”，但这一个字却被转载了 5000 多次、评论有上万条。大家可以想一下，这个“喂”有什么好可以评论的？正是因为网民的参与感太强，所以微博上也就过于喧闹。“郭美美事件”更是如此，大家都跑进来搀和的目的就是提升自己被传播的概率。所以，微博就是一个谣言与辟谣互相交错的空间。

很多的人对互联网也有看法，因为它促成了一个与“传统舆论场”对应的“网络舆论场”，两者之间相隔得越来越远，舆论场中的意见相差也越来越大，这也让一批老同志显得非常迷茫，他们接受不了互联网。老一代的传媒人就说：“看一天天涯论坛，需要看一个星期的新闻联播来疗伤；如果有一天我老无所依，请把我留在新闻联播里。”但是也有人高兴，冯小刚就说：“我有一个微博，特别好。知道为什么好吗？因为微博不会断章取义。有了微博就像有了个‘冯通社’。”冯小刚向来不喜欢接受媒体采访，微博的出现可以让冯小刚直接与受众说话。还有人更高兴，复旦中文系教授严锋把这种“玩微博”的心理描述得很贴切：“早晨起来看微博，确实很容易让人产生一种皇帝批阅奏章，君临天下的幻觉。国家大事潮水般涌来，需要迅速作出各种判断，提出各种建议，各种转发、各种忧国忧民、各种踌躇满志，万物皆备于我。每个人心中都藏着一个披星戴月上朝堂的皇帝，微博把人的这种情结激活了。”所以大家可以看看，微博给大家带来了各种各样的心态。参与的面很广，大家的愿望、诉求也都不一样。

微博给政府带来的机遇和挑战

对于政府来说，新媒体确实带来了很多新的问题。政府官员一般来说不愿意开微博，但其实微博给政府带来了很大的机遇，这种机遇主要体现在以下几个方面：

第一，政府发声直达，信息传播快捷，方便受众了解。作为一个政府新闻发言人，我最担忧的事情是媒体到底用了多少我说的话，或者直接把我所说的话的意义篡改了。但现在有了微博以后就不一样了，只要你是我的微博粉丝，我说的话大家可以直接收到，我就不需要再担心媒体“传错话”了。

第二，信息传播快捷。微博可以随时、随地发布。2012 年北京“7•21”大雨那天，我就是晚上从清华上完课以后直接到了市政府的应急指挥部通宵发微博。从 21 号的半夜到 22 号的早晨，我一共发布了 34 条微博，立刻把市政府所提供的服务以及需要大家注意什么、提醒什么、要求什么的信息全都告诉了大家。这如果全都指望媒体，报纸、广播、电视传递这种信息绝对不可能做到那么快。

第三，方便受众知情。很多人现在用手机接收微博，中央电视台的著名评论员石述思后来就说，就在“7 • 21”的后半夜，他从中央电视台下班以后要回家，但是他当时却不知所往，能不能回家他心里也完全没有底，这时候他想到求助，但 119、112 完全打不通。这时候他说：“我打开了‘北京王惠’的微博，那天晚上这个微博就像黑夜中的一盏灯。”他通过我的微博马上就了解了信息，只要你有一部手机，手机如果还有电，就请你看微博吧，微博上就有东西，这是不是很方便呢？

第四，舆论引导迅速。还是讲“7•21”的例子，那天很多人的车进水了，没法开动，只好弃车而去，所以第二天街上东一辆、西一辆都停着很多的车，这是我们第二天早上看到的景象。但大家却惊异地发现，这些车上都被贴上了乱停车的条，很多人就在微博上发表言论表达出对政府的不满情绪。也有人给我发微博说这件事，我一看到这个消息也觉得这样的做法不对，当时我就在指挥部，于是，我就端着电脑走到领导身边，常务副市长吉林同志当场就表示，这些贴条一律作废，后续交管局的工作会一并跟上，他同时也允许我把这条信息发到微博上。这条消息一经发布以后，老百姓的反响特别热烈，这条微博的转发量有上万条，几乎都在夸政府在为民众着想，舆论一下子就引导过来了。当然也有外地网民发帖评论：“你们北京市政府也太没用了吧！就这么点小事儿，还从吉林那儿找一个副市长来解决这个问题啊？”但他不知道吉林是谁，所以这件事也挺有意思的。

第五，直接了解民意。老百姓想什么你可以直接知道，过去我们发完言就走了，老百姓想什么也无从知道。现在你一发微博，马上就有人回复，各种各样的声音：夸的、骂的、讨论的、质疑的，全都出现了，这是你了解民意很好的机会。我们是为人民服务的，不知道人民想什么能行么？今天，我们从这个方面直接了解到人民的愿望。

第六，主动化解矛盾。全国的网民都通过微博来找我，把我当成知心大姐来解决他们的问题。有人对我说："我儿子都有女朋友了，可是我到现在连个职称也没有，我不想活了。"我就回复说："别别别！你比我强多了，我连儿子都没有，你还有儿子，都还有女朋友了。"有的人说："阿姨！我把电脑丢在了济南，我该怎么办？"我说："你赶紧向济南的公安报案。"有的人说："我妈妈得了白血病，马上需要移植骨髓，我一进病房就忍不住流眼泪，可是我知道我不能哭，你告诉我，我怎么跟我妈说第一句话？"我回答说："你应该跟你妈说：妈妈，你看见我就有希望了，您好好活着，我也好好活着，咱们俩一块儿，你妈肯定就笑了。"

第七，利于发现"苗头"。有一天晚上的 23 点 45 分，我看见有一条微博说："今天北京降温了，大家都很温暖，但是在北京南站，有一批来北京上访的人集中在那里，他们身着单衣，在瑟瑟寒风中发抖，却没有人帮助他们，我们现在要招募志愿者，捐钱、捐物来帮助他们。"这条消息迅速被转发了 3 万多条，我觉得这很可能闹出一个群体性事件，我赶紧向市领导汇报了情况，我们不能够袖手旁观。领导得到了消息以后立刻派民政局到现场送衣、送物，安保部门到现场维护秩序，一个可能要发生的群体性事件就被避免了，由此也消除了潜在的隐患。

当然，微博也给政府带来了很大的挑战，互联网上的老百姓不相信政府，对官方的行为进行质疑，具体表现在以下两个方面：

第一，网上罢官。现在我们官员的处境很难，尤其是在互联网上很不受待见，很多人说现在"官不聊生"。官员已经不在办公室待着了，而是被弄进了"玻璃房"，全方位地被人围观。围观你什么？首先，你的执政理念，你为谁服务？为人民，那行；为你自己，下去。这几年很多官员都是因为一句话而下了台。有个官员接受采访时说："谁让你打电话的啊？你有什么资格来给我打电话啊？我这个局长就这么不值钱，想给我打电话就打电话？"他哪里知道记者接通电话后就录音了，把这个录音上了网，老百姓立刻就生气了，这个局长后来也下台了。还有个领导，是有个老百姓来和他理论说："你这样做不公平。"领导一插腰对老百姓说："你跟我来要公平？我们当官的自古以来骑马坐轿，你们老百姓还跟我们来要公平？"他不知道人家已经给他录像了，一放到互联网上，百姓又怒了，这位领导迫于压力也下台了。

其次，你的生活。你有什么举止不雅、行为不端。广州越秀区的武装部部长在飞机上打了空姐，网民把这件事揭露出来以后，他最终下台了。江苏有一个小城市的卫生局副局长，不知道微博为何物，跟女朋友在微博上开房，被全国人民围观耻笑，当然也下去了。最后，你是否腐败。南京一个管房地产的副局长周久耕在一个研讨会上称要“查处低于成本价卖房的开发商”，老百姓不爱听了，马上把他照片一放大，发现这个人戴的表很贵，这个人抽的烟也不便宜，他就这样被“搜索”到监狱里去了，判了 12 年。“大表哥”杨达才一笑，笑出来那么大的麻烦，他自己也没有想到，最后被搜出来十几块表，还弄出个“大表嫂”。“表哥”“表嫂”还没完，拥有 22 套房产的“房叔”又冒出来了，他也被调查了。与之相应的，“官二代”也受到了大家的关注，但网友所指向的目标还是官员。河北有一个年轻人开车在大学校园里撞死了一名大学生，他后来就说了句话“我爸是李刚”。我到河北了解了相关的情况，李刚是当地的一名副科级干部，是当地一个很小的公安局的副局长，他的儿子酒驾撞死了名大学生，当场的其他学生一怒之下就去打他，这孩子被打得够呛，等警察来了就求救说：“叔叔，不要让他们打我了，我爸是李刚，你认识我爸。”就这一句话，惹出那么大的麻烦，全国人民也开始造句了，什么“恨爹不成钢”之类的都出来了，甚至有的老师还带着学生们一块朗读“床前明月光，我爸是李刚”。至于李双江之子驾车撞人案，李双江自己不是“官”，他 15 岁大的儿子也不是“官二代”，但和他在一起的另一个孩子姓苏，肇事车辆挂的是山西的牌照，网民马上在山西的官员中找，最后发现了山西公安厅厅长姓苏，说这个人是苏厅长的儿子。苏厅长马上出来表态，这不是我儿子，我没有儿子。这样的案例真的是不胜枚举。

第二，网上审判。相关的案件发生以后，网上的“福尔摩斯”马上参与判案，发出与司法部门完全不同的声音。从邓玉娇案、躲猫猫、俯卧撑、七十码到瓮安、石首、启东、什邡、大连事件，全部都是如此。我们的司法部门怎么破案？以法律为准绳，以事实为依据，但这些网上的“福尔摩斯”不学法、不懂法、不用法，只是依靠想象就来给你破案了。实际上，互联网信息扩散的走势背后也暗含着规律，其大致走向是：信息曝光来自论坛社区—微博进行“围观”—网友展开“人肉”搜索—传统媒体报道推向公开化—网友再揭“黑幕”—网上、传统媒体互动热炒。微博中的舆论发酵也是有趋势的，其过程大致是：某些网民态度偏激—众多贴文渲染—舆情发生变异—形成极端立场—展开口水战和人身攻击——引发极端行为。现在网上的行为已经很极端了，有些网友还主动“约架”，从线上的争吵发展到线下的打斗，这就是互联网所引发的一些负面效应，值得我们认真思考和研究。

我们也可以看到，官员在面对微博舆论的时候还处于这样的状态：被动挨打，不知所措；缺乏认识，惧怕触网；研究迟滞，隔网观望；管理无规，删除优先；应对被动，反应迟缓，所以现在有不少网民称官员为“那帮脑残”。我曾经接到一条短信，短信的内容是官员的警示录：“接受采访不讲浑话、公共场合不抽名烟、商务应酬不戴名表、公务活动不开名车、基层视察不穿名鞋、发表大作不抄名文、与人约会不发微博、寻花问柳不写日记、灾难发生不露笑容、突发事件不当新闻发言人、不懂微博不做官员。”所以说，现在“官不聊生”也是有道理的，但这些现象本身就不应该出现，所以网民要揭露你，你本来就是要为人民服务的，为什么要这样做？

去年（2011 年），有三件大事被全国人民吵得沸沸扬扬。第一件是“红会”，这件事源于微博，一个郭美美就影响了全国的舆论，她的话人们都信了，而红十字会的话没人信，经过不断地爆料、辟谣，最后导致红十字会常务副会长被罢职；第二件是“故宫”，网友对故宫进行了连续的爆料，失窃门、错字门、会所门、解雇门、瓷器门、封口门、古籍门致故宫深陷舆论旋涡；第三件是“7·23”动车事故，事发后网民在几批人之中切换了蒙太奇镜头，从不同角度强化责任者铁道部和受害者之间的反差，最后铁道部的新闻发言人王勇平出来发言又被撤了。大家可以看到，每一次舆论的危机导致的结果就是官员的落马，回回都是如此。我们看看铁道部发言人王勇平的案例，我认认真真看了他的发布会之后给他总结出了八个大的教训，其中一个就是他低估了网民。他根本就不知道现在到了互联网的时代，他用传统的新闻发布方式想来对付这场大的灾难，想一锤定音，这是不可能的，他在互联网给他设置了议题的情况下彻底被动并最后导致彻底的失败。

那么，我们应该怎样对待互联网？严格地说，党和国家领导人高度重视互联网的发展。中央领导同志曾指示，“要让有一定思想水平的人来引导网络舆论”。我当时就想：谁是有思想水平的人呢？难道我们的官员们就没有思想水平吗？我们为什么不出来说话呢？所以我认为，我们应该要用好互联网，但中央领导的要求和基层组织、官员的行为却形成巨大落差。目前，官员面对网络舆论的状态可以分为以下几个类别：

第一，身体力行，直面网民。这类官员可以说是凤毛麟角，在全国也没有多少人。

第二，匿名潜水，静观其变。这类官员其实很喜欢微博，他们每天都上去看，但由于身份所限，不敢直接站出来说话。

第三，作壁上观，指指点点。他们不开微博，他只在那说，这个怎么样、那个怎么样，像裁判和评论员一样。

第四，视若无物，掩耳盗铃。这类人根本不理会微博。我见过这样一个领导，他

公开讲，什么微博、什么互联网，自己从来都不看，就看看《人民日报》、新华社、中央人民广播电台就挺好，看其他的干什么。其他是什么东西？那些都是垃圾。他这话一出，底下有许多网民听着不高兴了，马上就把他的原话传到了微博上去。之后，网民将此人骂得狗血淋头。但是这个人真不上网，所以他不知道，也没有一个人告诉他，也不敢告诉他。这也是一种人，我就不进入你这个时代，就在自己的时代待着，我可是在 20 世纪活着呢。

第五，心生惧意，痛恨网络。他们看着一个个同僚被整倒了，吓得要命，所以痛恨互联网。为什么要有这个东西呢，退回 20 年前多好。但是，回不去了啊，这是我所了解很多现职官员的看法。所以，我们就要来问一问：互联网时代，谁来一锤定音？我们很难说谁能来一锤定音，如果谁要说我能一锤定音，那也把自己想象得太伟大了。今天已经没有什么人能来一锤定音了。

政府部门如何主动引导网络舆论

在我看来，政府和官员应该充分利用微博来跟群众进行沟通、交流、倾听、回应。微博现在已经进入了中国的主流人群。大家想想，中国有多少人，现在网民就有 5.38 亿人，除去那些不能识字的人，不上学、不会使用互联网的人和年纪大不愿意使用互联网的民众以外，还能有多少亿？那么，5.38 亿人最起码是一半以上。是不是有这么多人呢，这么多人来用互联网，他们是不是主流人群呢？所以我们今天就说，什么叫主流媒体？大家看得多的地方就叫主流媒体，受众多就成为主流媒体。那谁的受众多？必然是互联网。所以，今天我们大家都在用微博，那么，政府为什么不去用微博呢？北京市的"北京微博发布厅"于 2011 年 11 月 17 日正式上线开通，它的运营已经有一年了。当时，有几个动因致使我们开设微博发布厅。很多人问我，你为什么要开微博？我想，其中的动因包括以下几个方面：

第一，源于原铁道部新闻发言人王勇平的经历。我与王勇平同志很熟，并且都是政府部门新闻发言人培训班"黄埔一期"的成员。所以，在出事前 4 天，我和他被中央电视台邀请去给为播音员和主持人设立的"金话筒奖"颁奖。当时有一个环节，就是让面对话筒的人给拿着话筒的人颁奖，我们是面对话筒的人。所以那天，我和王勇平同时登台，为"金话筒奖"颁奖。颁奖之后，我们还在后台告别。没有想到，4 天以后，他就出了这么大的事，之后我再也没有见过他。所以，后来我就思索，王勇平到底错

在哪里？因为我们都是同行，应该总结一些经验教训。于是，我就开始研究他的问题，发现他错在没有微博上。大家想想，如果在当时 4 分钟网民发了动车事件的微博之后，铁道部就马上对此回应，那会有什么结果？但是，他没有微博，铁道部没有微博，他没有办法，4 分钟网民发布，接着不断转发，再转发，于是，全国人民都知道了。第二天，26 小时之后，王勇平到了温州，一下飞机，可以说，在他并不了解所有情况的前提下就站在了发布台上。他已经不是在发布台上了，实际上，他已经被网民从发布台上拉下来，放在了“审判台”上，所以在那一天，他必然要失败。网民已经为他设定了很多议题，所有在场的网民、记者、观众，知道得都比他多，这时他还是权威发言人么？当然不是。所以，大家明白他失败的原因了。对此，我当时特别震惊，在看完王勇平的录像之后，我马上认为必须要开设微博。

第二，源于中央领导同志的要求。我认为，我们应该使用互联网，特别是中央领导同志都要求有思想水平的人去引导，而我们就是这类人，作为政府新闻发言人更是责无旁贷，所以，我们就应该去做这个事情。

第三，源于新闻发布急需走向主流人群的切实需求。每个星期，北京市政府新闻办公室至少要召开两次发布会，发布很多信息。但是，媒体有兴趣就给你发布，没有兴趣就不发布；或者是，3 条信息可能媒体只发布 1 条，另外两个被抹掉了。这让我们也很郁闷，我们怎么才能将信息更多地传递给老百姓，为大家提供信息服务呢？有一个捷径，那就是微博，那我们为什么不用？所以，我们就决定使用微博。但是，我知道，一个人是不能将这件事情完成的，需要一群人的努力。在北京，有 200 个和我一样的局级干部，都是各部门的新闻发言人，我决定联合他们一起做。当时我就对他们说，我要办一个微博发布群。有人质疑，“群”听起来像是“乌合之众”一样，于是，我改成了“北京微博发布厅”，并且得到领导的认可。于是，在去年 11 月 17 日，微博发布厅正式成立。因此，微博发布厅的开设并不是盲目的结果，是经过充分准备，用心设计之后形成的。第一批只有 21 个与北京市民关系密切的单位参与，第二批也同样是 21 个单位，第三批增加到 70 多个单位，现在看来，效果显著。

现在，我来告诉大家，自“北京微博发布厅”开设以后，我们都做了些什么？

第一，主动发布信息，将政府信息公开。比如，今天地铁通车，明天道路改造，后天暖气提前供应，再后天下大雨，政府的具体应对措施是什么。我们将这类信息主动地告诉给老百姓，并且，这些信息也得到了百姓的欢迎。当我们的声音出去之后，老百姓随之也获得很多信息。一次，在我举办的网民活动上，一位年龄较大的女士走到我身边告诉我，原来她们都不知道政府到底是干什么的，通过看政府微博，才了解

到政府原来这么繁忙，处理了那么多的事情，并且表达感谢。我认为她说的是真心话，她真的是通过看我们的微博，了解了政府的工作。

第二，提供贴心服务。我们经常会有温馨提示，比如，天气降温提醒大家增添衣物，这些贴心服务，大部分都得到了老百姓的喜爱。

第三，辟谣。现在，网络谣言成为一种“社会公害”，譬如，北京二十二中一位老师骂人的事情一下子被微博转发了多次。这个微博写道，二十二中学的老师辱骂学生“无权、无钱、无户口，可以滚蛋”。首先，你户口不是北京的；其次，你是个借读生；最后，你还在学校老师那里挂着名，而且，你们家又“无权，无钱”。你就是一个“三无”人员，可以随时“滚蛋”。这条信息的发布者是这个学生的舅舅。这条微博一经发布，就引起了广泛的关注，转发数量巨大。当我看到这条微博时，我正要出差。在去机场的路上，我就给教委领导打电话说，我看到了一条这样的微博，并且认为是虚假微博，希望领导赶快调查。如果证实虚假，应立刻删除。我走后，第二天回到北京，又给教委领导打电话询问此事，教委领导回应，经过调查，确实是条虚假微博。我又问他们是否有所回应，教委回应，经研究，决定让他们自己作为当事人回应。我认为可以，但是强调要快。这时，二十二中对此事还在研究中。事发第三天早晨，二十二中对此事回复，事实是一个学生将脚放在课桌上系鞋带，他也确实为借读生。老师看到后对他说，不能这样做。他说，那他回自己桌上系鞋带，不在别人课桌上系了。于是，又要抬脚在自己桌子上系鞋带。老师再一次制止他的行为，让他把脚放下。这个学生回家后，不知道怎么跟家长诉说了此事，于是，就出现了这样一篇微博。对此，二十二中发表声明：首先，老师没有说过这样的话；其次，回应网民“学生父亲在学校被打”传闻，称其父亲并没有到过学校。在说明之后，网民恍然大悟，原来真相不是这样。但是，此事又引发了另一批网民的愤怒，就是北京人。因为在此事爆发之后，全国人民声讨北京人民没有“北京精神”，没有“包容、厚德”，连一个小孩子都不能容忍，叫什么“北京人”。在忍受两天挨骂之后，听说二十二中这件事情并不真实，北京民众立刻跳出来进行反击，回应之前的声讨者，一场混战就此爆发。

还有一个例子就是对于“鲁迅故居”的辟谣。前一段时间，“北京的故居们”这个微博账号受到了民众的普遍关注，先是“梁思成故居”，之后就是“鲁迅故居”。但是，这真是鲁迅的故居么？实际上，真正的鲁迅故居就是今天位于阜成门的鲁迅博物馆。那这个故居又是怎么一回事呢？经过一番调查，西城区的相关人员告诉我们，当年鲁迅到达北京之后，和哥哥周作人共同居住在一起。但是，因为妯娌不和，经常打架，鲁迅后来就携妻许广平搬到了这个新的“鲁迅故居”，并且寄居了一个月。之后，就搬

到了现在鲁迅博物馆的房子里。所以，这个房子只是“过渡房”。现在，我们暂且不论它是否算是“鲁迅故居”，但是，再后来的几十年中，它被不断拆毁，不断改建。于是，在西城区准备对此改建时，有人抗议说是政府要拆“鲁迅故居”。事情发生之后，西城区马上对此出来辟谣，发布信息，告诉大家真相，并带网民进行实地参观，不断地澄清事实，疏导情绪。最终，这件事情才被解决。

另外，以北京“7・21”大雨事件为例，“北京发布”其实在事情发生之前的几日内就已发布了有关大雨的信息，并且是从 19 号开始发布下雨信息，并提示在 21 ~ 22 日之间，可能会出现暴雨天气。在 20 日晚上，大雨前一天，政府又一次发布信息，提示明日会有大雨到暴雨。到了 21 日中午，又一次发布大雨信息，发布持续到第二天早上 5：40。在大雨期间，“北京发布”一共发布了 39 条大雨信息。但是，尽管有这么多的消息提示民众谨防暴雨，为什么还是出现了“7・21”大雨事件。我在此有两点要说，第一，谁也没有想到，这个灾害是两种灾难的叠加，一种是暴雨，另一种是山洪；所以，在场同学可能不知道，在北京，除了市区还有山区。因此，真正出现伤亡多的地点是在山区。在市区，仅有一位姓丁的男士遇难；其他都是因为触电或雷击而身亡。真正因水淹而身亡就只有那位丁先生。丁先生是在广渠门桥下遇难的，其中的原因很复杂。在此，我们对逝者的不幸感到很遗憾。并且，北京市地下水设施确实存在不少问题。但是，为什么那么大的雨没有被民众意识到呢？既然已经警告多次，的确，北方人对于大雨的概念确实不强。在“7・21”大雨当晚，当时房山区已经有多人遇难，而且媒体也报道了丁先生遇难的消息，但在北京工人体育场，依然有数万名观众在观看足球比赛，在暴雨之中呐喊、欢呼，完全没有意识到，这场雨会带来多么大的危害；在五棵松体育馆，还有数万人在看演唱会。据此，大家可以看出，人们对于大雨的危害并不是十分清楚，我们没有听说过“水漫京城”，但我们确实经历了。北京一年降雨量 360mm，但就在那一天，下了 460mm。就在当天，我也在网上发布了消息，从 21 日晚上到第二天早上，我一共发布了 34 条微博。最后一条在早上 7：00 发布，并且被大量转发。所以，我们认为，我们的微博在这次“7・21”大雨中经受住了考验，也让民众意识到了政务微博的作用。并且，这次“7・21”大雨将传统媒体和新媒体微博相互联系、同时使用，这就是一种创新，并起到了很大作用。

在“北京微博发布厅”的开设过程中，我发现我们所做的都取得了一定的成效，它主要体现在以下几个方面：

第一，提高政府发布渠道，主动占据网络舆论阵地。互联网的确是个舆论场，不能不进入。如果不进入，就会面临失语的危险，怎么能行。

第二，借助微博主动传播核心价值观，让“北京精神”成为亮点。在大雨之后，出现了很多感人的事情。许多开酒吧的老板主动将酒吧腾出，让不能回家的民众居住；很多人组成“爱心车队”，到机场接送乘客，这些都是“北京精神”在传播。

第三，我们解决了群众的实际困难，密切党群、政群关系。到现在为止，“北京发布”已经为老百姓解决了 2000 多件实际困难，包括暖气不热、家里有老鼠、家具不能运出、电梯损坏等这类事件。

第四，积极引导网上舆论，公开透明，凝聚人心。有人造谣，我们马上出来辟谣，告诉人们真相是什么样子。例如，有一位外国人在北京骚扰一位女孩子的事件一爆发，马上就在网上出现谣言。于是，我们马上请当事人出来说话，将真相传播出去，所以，这个谣言并没有引发大的负面效应。

第五，微博发现问题苗头，及时化解社会的矛盾，主动传播正能量。网友热切关注，媒体报道正面积极。比如有网友评价道：“感谢政府的大麦克风，振奋鼓舞人心；官方进步一小步，社会进步一大步。”包括新华社、《人民日报》等媒体都给了我们很高的评价，外媒也同样积极评价，称“令他们感到兴奋”，并且全部成为了我们的粉丝。他们从我们的微博中获取他们的采访信息。

但是，很多人都会说，官员开微博对么？人们一直在问我，是利大还是弊大？利大还是弊大，取决于站的角度。我认为，作为一个有责任感的官员，就应该面对挑战，也不能惧怕。就算不开微博，平时工作中出现的问题也还是存在；同样，也不会因为开了微博，问题就会大幅增加。既然能够面对现实中的问题，就应该能够面对网上的质疑；能处理现实中的困难，就能够处理网上的骂声。对于大家质疑“官员网上开微博是否是作秀”，这个问题也有人问过我，说官员开微博，不是“找死”就是作秀，你到底想干什么？我回答说，首先，我当然不是想”找死”，我还想活呢；其次，我也不想作秀。我已经担任过北京奥组委的新闻发言人，谁不知道我是谁？我没有必要再开微博作秀。但是，我还要跟大家说，作为一名官员，不管你做什么，你已经在“秀”了。只要不是故意“作秀”，老百姓就一定接受你，开不开微博并不重要。而且，就算自己不“秀”，也会“被秀”。你看，前面讲的广州越秀区官员打空姐的那个例子就是“被秀”。

对于官员开通微博，我认为可以带来以下几个好处：第一，迅速思考，表明立场。在任何一件事情上，我们都是有立场的，“7·21”大雨我们有立场、“钓鱼岛事件”我们是有立场的，立场可以通过微博来表达。第二，信息透明，以正视听。大家都说互联网是一个嘈杂的地方，在那么混乱的声音中间，我们就要以正视听。什么是真的，什么是对的，什么是权威的，什么是客观的，你可以把它们迅速传播出去。第三，防

止发酵，及时回应。尤其对于坏消息而言，如果你不吭声，别人就会对你有所误解，认为你是默认，把你说得多坏，就是多坏。你根本就无权来解释，因为你没有微博。第四，易于沟通，融贯于民。我们可以将自己回归到公务员的本色上来，回归到人民的公仆上来，要回归到“执政为民”的本色上来。所以，我认为，开设微博对于很多官员来说，是非常重要的。

广东省卫生厅副厅长廖星波对于官员开微博有一番感受，他就说过：“官员开微博首先要淡化自己是官员，如果过于谨小慎微就不要开博；如果需要掌声鲜花就不要开博；如果以此作为晋升的台阶就不要开博；如果气度太小也就不要开博；如果个人问题太多也就不要开博；如果没有时间也就不要开博。”的确如此，他说得很是正确。开微博对于官员有什么好处呢？很多人认为，如果没有好处，我们就不开。可是，如果不开，你知道对于国家有多大坏处么？如果一个官员连信息都不敢公开，那对于国家是多么坏的一件事情呢。所以，我认为，应该鼓励官员来开设微博。

归纳起来我的建议如下：首先，管用并举，不可偏废。现在经常有人说，一定要管好互联网。每当听到这句话，我都觉得还少了半句，那就是用好互联网。其实，应该这么说，用好互联网，管好互联网，应该是先用后管，而我们现在根本不用，就是管。删除并不能解决所有问题，而且信息根本是删不完的。网上的消息死灰复燃是非常容易的事情，彻底删除是不可能的。所以，距离我们真正实现 2011 年前设立的目标，即把互联网建设成为“思想工作的新阵地，对外宣传的新渠道”还有很长的一段距离。如果不使用微博，就不可能达到目标，光管不用是不可能实现的。

其次，规范微博的管理。拿什么管才是最重要的。目前，我们缺乏有关互联网管理的相关法律；网络实名制也在艰难地推进。再次，在体制内也应该培养、扶持微博意见领袖。现在只有少量的官员开设了微博，但是总体却并不活跃，也没有让老百姓获得一种充分知情后的满足感。在此，原北京市环保局副局长杜少中的微博值得一提。在美国使馆指责北京 PM2.5 值“造假”时，他单枪匹马跟美国人进行论战，这个过程相当艰难。当时，不但美国人势力相当大，并且很多中国网民也盲目支持美国人。杜少中是唯一敢站出来跟美国人理论的政府官员。最后的结果，在我看来是个平手，双方都不敢承认是自己胜了。像杜少中这样的意见领袖，在我们的官员中太少了。

最后，既然网民在用微博论政，那么官方也应该用微博来执政。我们应该抓住机会，跟网民沟通，消除老百姓对我们的误解和隔阂。应该“借网民之口，发政府之声”。让网民传送我们的声音有什么不好呢？当我们通过微博发布信息，只要老百姓喜欢就会转发，而我们应该期待他们多多转发，那么，我们为什么不用这种方式呢？

怎样才能开好政务微博？

要想开好政务微博，我觉得需要注意以下几个方面：

（一）提升运用微博的能力

第一，要做好充分的准备，用心地去设计，绝对不要草率；第二，要以诚相待，善于和网民沟通交流；第三，平等交流，互相尊重，千万不要摆架子，自己没有什么了不起，在互联网上，人人平等，大家都是网民而已；第四，遇到恶意的攻击，要敢于坚持原则，但网上情况复杂，需要有所选择，有所回避，不要锱铢必较；第五，要建立矩阵，资源共享，微博不是单枪匹马逞英雄的地方，一定要跟大家一起信息共享；第六，要培养团队，寻求支持。“不当僵尸不作秀”是我开微博第一天所提出的口号，这句话被媒体广为报道传播。一段时间之后，广州也开设微博，其政务微博口号也是“不当僵尸不作秀”。于是，网民立刻向我举报，说他们盗用知识产权，要我去告他们。我说，这只是一句口号而已，我很高兴有人响应，并且，我希望他们可以把它转化为行动。

（二）媒体化运作，创特色栏目

开微博是一件需要能力的事情，不是什么人都可以开的。并且，媒体化运作也是很重要的。“北京微博发布厅”就是在进行媒体化运作，我们在微博上开设了很多栏目。同样，我在我自己的微博中也开设了很多栏目，包括“惠说奥运”“惠说北京”“惠感言”“惠生活”“惠提醒”，等等。为什么要开栏目？因为一开始开微博我找不到感觉，我一说话老百姓觉得你在说官话。从来没有人说过我说官话，我本来就是做媒体出身的，不会说官话，到现在我都不会说官话，怎么还有人说我说官话呢？好吧，可能他们老用“淘宝体”，我不用，那我也用两句，我要写“有木有啊”，马上有人出来说两句“哎，别忘了你是谁，你怎么用这样的语言啊”，那我怎么说话呀？我纠结得要命，怎么办呢？我就左想右想找不着这语言的感觉，究竟该怎么说话？有一天我终于明白了，其实形式是为内容服务的，你说什么话，就要用什么语言，那我就把它分成栏目吧，如果我说“惠说北京”，我就要说得正式一些，因为我要给大家提供信息，我要说准确；要说“生活”，我就说得温情一点；要说“感言”，我就说得轻松一点或者幽默一点，都是可以的，不同的形式用不同语言，这下没人骂我了，大家都觉得挺好。

（三）互联互动，形成矩阵

“北京微博发布厅”共有 70 多个成员，这 70 个成员都是互相支持的，谁第一个发声，

立刻有人响应，立刻有人转发，立刻有人支持，立刻有人指正。所以这样一种力量形成以后，就会发现挺好。

（四）网言网语，贴近网民

你要学会贴近网民，不要认为是个人就会写微博，不是的，你要写好不容易。《人民日报》最近也开了微博，《人民日报》的微博什么人在写？整个《人民日报》评论部十几个写社论的人来写的，但是他们面对 140 个字纠结半天写不出来，不容易呀，这 140 个字写得要有深度、活泼，还要易于传播，跟写大社论不是一回事，他们也觉得很难。我们也遇到同样的问题，怎么学习网民喜欢的句子，我们依然在学习和摸索当中。

（五）培养“铁粉”，为我所用

“铁粉”会在网上支持你，“铁粉”越多，你这个麦克风的声音才越大，因此我们就尽量和网民拉近关系。这是我当时带领大家去植树的图片，当时有上百个人跟着我去植树，我们还去看贫困户，还去房山慰问了那些受灾的学生，这些活动大家都积极参与。我还带着大家搞各种各样的讲座，例如，急救知识的讲座、服装礼仪的讲座，都特别受欢迎，这样跟网民越来越贴近了，“铁粉”因此也就越来越多了。

（六）加强培训，专业运行

政务微博要有专业的培训，因为这是一个专业，千万不要小看。“北京微博发布厅”的 70 多个成员单位平均每个月都要培训一次。每个单位正式开通微博之前都要进行三次培训，第一次是告诉大家微博是什么，有什么利弊；第二次是技术方面的辅导，告诉大家该如何使用；第三次是为它设计栏目和微博内容，然后就进行试运行阶段，运转正常后就正式开通。我们的培训形式特别生动，比如，当场出题目发微博，有人当网民，提建议或者反驳、或者质疑，你再回复，在实践中学习和提高。

（七）掌握规律，适时发布

互联网是有规律的，微博也有。早上 8 点大家到办公室需要打开微博看看有什么新闻，你就该赶紧把新闻类信息发给他们看。13 点到 15 点是另一个高峰，这时大家累了，要歇会儿，想要看点软的东西，这时候就要给他生活类的信息。晚间的高峰时间是从晚饭开始一直持续到 23 点半，这时大家吃饱了，开始吵架了，你说、我说，大家各种议论都出来了，发言特别激烈，观点特别鲜明，各执己见，谁也不让谁，这时候我们

也要掺和一下，跟他们议论议论，这时候最适合发评论。所以我们要知道这是有传播规律的。有时候不要以为你发微博出去后就有人支持你，可能一出去人家就扔砖头过来，没关系，如果你支持自己的观点就要发，三次才能解决问题，第一次发，一堆反对，再发！换一个角度，还是这些话说出去，这时候，有些支持你的人出现了，开始讨论，这时候你再来一回，三次搞定，风平浪静。

（八）包容心态、冷静处置、坚守原则

我们在网上，在微博中要有包容心，不可以动辄就指责人，动辄发脾气，动辄不接受，一定要冷静处理。有的时候遇到艰难的问题还是要坚持原则，我们讲有一种沉默叫“坚持原则”，为什么呢？你的敌人出现了，有些日本“特务”站出来骂我们，硬说钓鱼岛是日本的，我们该怎么办？先倾听，倾听后解释；解释后不听，警告；警告不行，删帖；删帖不行，拉黑。

（九）面对困难，伴随挑战

其实开这个官方微博挺难的，我们也面对很多困难，时时伴随着挑战，具体来说有以下几个方面：

第一，我们有时候想说的话是网民不关心的，而网民关心的我们不知道。北京的地铁是 1969 年建的，后来翻修了，翻修后地铁站出现了很多壁画，我觉得很好看，让大家等地铁时可以看一看。有的网民就跟帖，“谁理你的破壁画，你们尽拿纳税人的钱做一些形象工程。你们管不管我们上地铁的感觉！”我当时一看，你说的地铁发展是另外一回事，你不能说我们地铁发展不让我们改造地铁站吧，当时我是因为我这个身份不能说什么，如果我是普通老百姓，我会说“睁开你的绿豆眼，长一绿豆眼还不睁，北京地铁 4 条地铁线马上就要开了，就是为了缓解交通，这些政府都在做，那我们同时能不能改造改造地铁站？”所以他关心的跟你关心的不一样。

第二，网民对政府有误解，对我们官员有偏见。所以，有时候你正面信息说出来他就说你表功，你正常说话他说你官话。我曾经发过一条微博：“我们北京城区基本实现 wifi 全覆盖啦”，结果网民说，“早就该这样了，你们早干嘛去了？”这话说得太不讲理了吧，发展总是要一步一步来，饭还要一口一口吃呢。他就跟你较劲。

第三，有时候你授权不够，职责有限，你不是无所不知，但是网民要求你无所不知；你也不是什么都能解决，但是他要求你什么都能解决。很多老百姓受封建思想影响很深，封建时代采用的是县官制，只要有人一击鼓，家里死只鸡，县官就要管，所以老

百姓觉得你是官，你什么都得管，他跟你说了，你没回复，他就骂你，你回复了说“帮你问问”，两天没回复，他骂你，总之就是先得骂你。

第四，我们政府微博和政府系统的挂钩并不总是很到位，很多老百姓反映的问题没有及时解决，所以政府的行为又受到指责。举个例子，就是在“7•21”北京大雨以后，外国记者在采访，我接受了采访，《华尔街日报》写了报道，其中说道：“记者注意到，3 天没有睡觉的王惠在采访过程中几次眼睛闪耀着泪花，她坚称政府没有向公众隐瞒，洪水发生后她一直活跃在社交媒体，并通过电话回答记者提问，对于中国官员能这样与公众积极和媒体进行沟通对话的并不多见，作为发言人的表现与中国铁道部前发言人王勇平形成了鲜明的对比，此次水患是北京近年来出现的最严重的灾难之一，而且政府以持续对话进行沟通对话实属罕见。”这是美国媒体写的报道，网民却把我骂翻了，他们说：“看来要当好资深发言人，脑残是硬条件、硬指标。”这还是我挑出的最温柔的骂法，还有骂得特别难听的话，同样一件事，你可能跟媒体人沟通起来容易，跟网民沟通起来却不容易。但是还有很多人一直关注你。他们找不着人可骂，终于出来个官员，就骂你吧，后来给我道歉的也不少，有人就说：“7・21 这里很多人骂你，我也骂了，以为此微博将成僵尸博，看来我小人之心了，原来王惠还是蛮可爱的。”有时候容易被误解，大家不要着急，你看我今年（2012 年）8 月 8 号发的微博就被误解了，“晚上 6 点，在奥运人非常熟悉的鸟巢和水立方之间，北京奥运人又聚会了，很多战友都穿着奥运时候的工作服，熟悉的环境，熟悉的面孔，熟悉的服装”。这是我当时发的一条微博，其实当时我真的很感动，我在那儿一看就想起 4 年前奥运会开幕那天就是这样。没想到网民评价我们说：“为什么要聚会，吃饭的钱大家是 AA 制吗？还是谁出的？”完全被误解了，问题在我说了个 6 点，为什么我要说 6 点呢，不然大家又说你们利用上班时间去聚会，我就想说我们没有用上班时间，我们 6 点去的，没想到造成另外一个误解，所以我就做了解释，我说：“在鸟巢的广场上一起举行了《北京奥运会志》的首发仪式后大家就散了，没看见饭桌，我走的时候，还有很多平时没见面的战友还在三三两两地聊天。”这个微博发完，骂我的那个网民回复：“哦，明白了。”所以有时候你和网民沟通需要保持真诚，他要是看出你是真诚的，就会表示理解的，而且会对你表达善意。

（十）要有所为，有所不为

政府官员开微博真的是很难，所以你不是所有事都能做的，你的任务是主动传播信息，你不能求新，可能你不在场，别人在场，就像王勇平。发言人不能求新，但是

要求准确，那么你要坦诚地面对网民，不要怕评论你，评论你说明他关注你；不要怕提问，提问说明他信任你，处理网民的诉求一定不要着急，一定要先了解后再转发，很多网民在我微博里留言："妈要做手术了我没钱"，要我帮他拉赞助捐钱，我转发了，说快帮帮这孩子捐钱吧，捐了 100 万，结果是个骗子，我怎么跟大家交代，所以此类事情要慎重。要真诚和网民沟通，放下身段，低下姿态，一定要低下姿态，自己不过就是一个普通的网民而已。

突发事件反应要迅速，要传真相，一定要说真话，不能掩盖，最重要的也是最难的是，个人和公职的关系难处理，有时候你不说，网民会说你为什么不说；你想说，但没人给你这个权利去说，所以发言人一定要做到"不越位、不缺位"，但做到这一点真的太难了。在第一天我刚开微博的时候就有人来问我说："你来干什么，我们这是草根舆论场，我们在这里是骂政府的，你一个官员不能跟我们一块骂，那你来干什么？"我当时一听，什么时候微博成你们家的了，你还占山为王了，我还不能来了？我当然不能说，我到这里来是"扫平威虎山"，我就说了："我到这里来是给大家提供信息服务的，如果大家有什么想知道的也可以问我，我知道的一定赶快告诉你，不知道的请原谅。"他们对官员很排斥，第一天我上了微博，有人问我："你挣多少钱？住什么房？开什么车？你孩子上学交不交赞助费？中午吃饭交不交钱？有没有地沟油！你说！"我当时开会回来一看，我都被气糊涂了，我还有隐私权啊，这时正好有一个网友回复了这条评论，其实后来我才知道那人其实是我朋友，他就说："公务员都是普通人，都是过普通人的生活。"开微博的第一天我都不会转发，我就把他的话抄过来并加上了我的评论，这条微博是这样说的："他说公务员都是普通人，都是过普通人的生活，我认为说得很有道理，我们挣多少钱、开什么车、住什么房，国家都有明确规定，我们都是按照国家规定严格执行。"我这一发出去显然有人盯着你，有人说："那你还没有说你孩子上学交不交赞助费，午饭交不交吃饭钱"，我还没顾上理他，马上就有回复说："公务员是人，但不是普通人，都是王八蛋。"这样的情况很多，比如"7・21"大雨，网民都在网上骂官员，家人对我说："赶紧辞职吧，你都招谁惹谁了，都 3 天没合眼了，天天这样工作还把咱祖孙八辈都骂上了，赶紧不要再干下去了。"我说："网民只是在找一个发泄的渠道。"我说这番话，是请大家支持我们，我们在这么困难的情况下还要开，就是想给老百姓提供信息。

提问环节：

问： 近年来，随着政府公信力的下降，腐败问题日益凸显，网络从某种程度上来说成

为一个老百姓发泄情绪的场所，对于一些无理的人身攻击，政府对这些问题应该要有一些包容度。我想问的问题是，目前中国的新闻法至今没有出台，这个障碍主要在哪方面？

答：有关法律的设定肯定在人大，它们一定有全面的考虑，但是作为政府官员，我认为现在是越来越透明，国家鼓励信息公开，这对我们政府和民众都是一件好事。但只不过有些人会感到不适应，他们认为，政务公开后，我们很多信息都暴露了，我们都住在玻璃房子被人围观，其实我觉得“被围观”本来也是很自然的事情，要不然就别当公务员了，当了就应该有一种公开姿态，要践行“执政为民”的原则,老百姓围观你也是正常的。所以我认为“新闻法”的设定也是夯实民众的需要，也是政府期盼的，我想人大等相关部门会做出全面的回答。

问：“塔西佗陷阱”的意思是，当政府部门失去公信力时，无论说真话还是说假话、做好事还是做坏事，都会被认为是说假话、做坏事，这和我们目前在中国网络上看到的情形很相似。在我看来，其实网民这么做是把现实矛盾消解了，虽然是在骂，但是它是正面的，微博提供了一个信访的窗口，它解决了他们现实生活中的难题，这种透明机制的存在可能会使线下政府所承受的压力下降。作为一线的政府官员，请问您有没有一个比较量化的资料可以说明有了微博以后政府压力变小了？

答：我很赞同你的说法，微博是了解民情一个很好的渠道，微博上岗后，上访率、突发事件是否下降，我们还没有专门统计过。但是，从我的经验和感受来看，开微博确实化解了很多矛盾，但要是有一个量化的调查就好了，现在还没有。

问：刚才提到传统媒体和网上舆论有很大的对立，我们做官方政务微博也是为了贴近民意，我们看到《人民日报》微博和《人民日报》纸媒是不一样的，这会不会造成媒体的官微和纸媒在体制内形成某种形式的口径对立？

答：我不认为有这么严重，比如“7·21”，我们把传统媒体和官方微博打通了，我们得到的实际信息是一致的，传统媒体在写报道，微博这边也在写，他可能没有跟我商量，我也没和他商量，但是我们都基于事实出发，这都是一样的。《人民日报》的微博确实是比较敢说,说得也比较深刻和尖锐,但是并不代表说它和《人民日报》本身的社论形成了完全不一致的观点，我想出发点是一样的，只是表述方式不同而已，它要考虑到公众的接受程度。我觉得要形成这种对立的可能性不大，主流媒体开官微恰恰是在消除这样一种对立。

问：每次在微博信息发布完后，有没有一个评判标准和指标，我这次信息发布是成功的还是失败的？

答：有的，现在人民网舆情监测中心等一些研究机构也在评估我们的政务微博，我们的“北京发布”在最近的一次评估中名列第一，原因在于它的影响力、传播力和粉丝量，影响力是看评论你的人多不多，传播力主要是看转发量大不大。我们还认为，官方微博，要看它是不是很好地在为老百姓服务，一个很好的评判就是活跃度，你是不是真心在发，有些微博几个月才发一条，这就成了僵尸账号了。你发了微博，没有人评论和转发，这当然也不行。

录音整理：徐煜、孙暖、莫琎玮、崔婧哲

校对：张垒

第十六讲
向世界讲述中国故事　培养跨文化国传人才[1]

◎ 高岸明

现任中国日报社副总编辑，毕业于北京外国语大学英语系国际新闻专业；2004 年毕业于对外经贸大学国际经济法专业，获法学硕士；1988 年 8 月至 1989 年 5 月在美国夏威夷大学新闻学院与东西方中心进修；1987 年进入中国日报社工作后，先后担任记者、编辑、社论撰稿人、评论部副主任、国内采访部主任、总编室主任等职；2007 年 9 月至 2009 年 3 月，担任中国日报网总裁兼总编辑;2009 年 3 月起任中国日报社秘书长；2011 年 10 月起至今任现职。

很高兴能有机会和大家在这里交流，就像史院长刚才提到的，中国日报社和清华新闻学院签署了一个战略合作协议，我们会在人才培养、科研、教学、组织活动等方面逐一开展合作。应史院长之邀，我在这里与大家做一个交流。今天我的题目是“向世界讲述中国故事 培养跨文化国传人才”。

我今天讲的内容有三个部分：第一部分是推进国际传播的必要性，跟大家谈一谈我个人认为目前中国在对外交流方面面临着怎样的国际背景，在这样的背景之下，我们可以做些什么；第二部分是我们目前所处的环境可以让我们做些什么事情；第三部分是怎样在人才培养方面提供建议。

推进国际传播的必要性

先来谈一谈大的背景。我先做个定义，我说的国际传播指的是以国家为单位利用媒体进行的传播，传播学所说的人际之间的传播不在我研究的范围之内。而且本人的

1　演讲时间：2014 年 12 月 4 日。

讲座偏重实务的角度，理论方面的东西不一定很成熟。最后强调一下，本人的观点不代表《中国日报》的观点。

先给大家放一段视频（一段关于外国人对中国印象的采访）。这段视频很短，其实有点老了。获得美国总统奖学金的一些年轻学生到中国来访问，央视主持人王利芬问大家，用一个词来形容你们对中国的感受。这12个年轻人每个人用了一个词，我想特别请大家注意最后这3位对中国的一些总结，我个人认为，代表了对中国有一定了解但了解不是特别多的人对中国的看法。其中，第一个人提出"中国是一个多样化的国家""来的时间越长，对中国的印象反而越不清晰"，而且大家注意，"可爱又可怕"。第二个人说"中国是一个温暖的地方"，希望"长期保持这种温暖"，意思是他觉得中国现在开始变得不温暖了。第三个人说"崇拜""崇敬""机会多"，最后一个词，"可怕"，跟第一个"可爱又可怕"是一样的。我想通过这段短视频说明海外对中国一个普遍的看法：外界认为中国是一个很有吸引力的地方，很希望多了解的地方，但是又认为中国是一个可怕的地方，从发展趋势角度来讲，他们认为中国是一个未来可能会对世界带来天翻地覆的变化的地方。

刚才讲的是外国人眼中的中国，下面讲讲西方媒体报道中呈现的中国。给大家谈几个案例。我并没有想说明这些案例谁对谁错，或者说究竟谁报道得好、谁报道得不好，而是想强调，对于中国的很多事情，我们的理解，或者说我们中国媒体的报道，和海外媒体的报道差别有多大。

第一个案例，也有点老，是2011年，我不知道在座的有多少人看过这个系列的纪录片《中国人来了》（*The Chinese Are Coming*），这是BBC拍摄的中国人在非洲的纪录片。大家知道中国这两年在非洲发展得非常快，大量的企业到非洲去发展，给当地带来了很多机会，也促进了很多发展。实事求是地讲，我们的企业在非洲是有些问题的，比如说环境问题，又如，有些人说我们商品的质量不好，或者说我们对于当地员工雇佣不够，等等，这些问题都是有的。但是我想强调一点，我们在当地的发展，任何人、任何机构都会出现一些问题，关键是什么是主流。这部纪录片采访了很多非洲本地人，用了很写实的手法，但是BBC做了很多的剪辑，剪辑的结果就是中国在当地是新殖民主义，中国援助有害论，破坏当地环境，难以促进当地劳工就业。就像刚才我说的，这些问题有没有？多少是有一些，但是它不是主流。最关键的是，这部纪录片对于我们给当地带来的变化，它的描述是不够的。举一个例子，现在咱们总说中国的工程质量不行，我们在非洲的发展内容很多是公司在非洲援建大的项目。我去年3月去刚果布（即"刚果共和国"），刚果布的首都布拉柴维尔在前年发生过一次军火库的大爆炸，

那次爆炸严重到什么程度，大概方圆 1 公里之内所有的建筑都夷为平地。只有一个例外——大概离爆炸中心 800 米的地方，有一个北京城建建设的当地的住宅项目，除了玻璃碎了，完好无损，巍然屹立。其他的建筑一年以后还是废墟残骸。从此以后中国的建筑在刚果布乃至整个中非名气一下就上去了。也就是说，我们做了很多工作，但是在西方媒体看来，似乎中国带去的问题是最多的。2010 年 12 月，当时《中国日报》的欧洲版创刊，我们在伦敦举行了一个酒会，其中请了一位嘉宾是前首相托尼·布莱尔（Tony Blair）的副手，叫 Prescott，是当时的副首相。我们请他来做演讲，他谈了很多事情，其中有一点他就提到了中国在非洲的发展，他提到了一个事实引起了下面的轰动。他说，中国在非洲发展得很快，西方对中国议论很多，但是我要提醒大家注意，老说中国人到非洲去没有给当地发展起到正面的作用，但我们当年去非洲的时候，我们是去抢，现在中国人去非洲主要是去买，这是有质的区别的。也就是说，我们在非洲确实有一些问题，但是在西方媒体的报道中被放大了，它很不全面。

第二个案例是"昆明暴恐案"。大家比较熟悉，我为什么要举这个案例，当我们在中国谈到恐怖主义的时候，西方媒体总是要和政治挂钩。我没有去选在新疆发生的一些针对当地的警察派出所的案例，我只是选了在昆明火车站发生的造成近 30 人死亡的一起极其严重的恶性事件。大家知道，恐怖主义就是针对平民的无差别的伤害，在任何一个国家和文化里，这次事件都能被归为恐怖主义。如果说别的我们还可以做些探讨的话，对这起事件没有什么可以争论的，它就是一种典型的恐怖主义袭击。我们来看一张图，（播放"恐怖袭击案件新闻报道用语比较图"）在微信上当时流传得比较广，是人民网做的，把这起事件跟 2013 年 5 月 22 日在伦敦发生的一起袭击做了一个比较，我把这种比较简单化了，如果我们从一个很严谨的学术的角度去看还可以继续探讨。伦敦事件就是两个人撞倒了一位穿便装的英国士兵，把他砍死了。西方的报道都认为是恐怖袭击，残暴。对于昆明的报道，有很多"持刀袭击""暴力袭击""持刀砍杀""民族冲突"等，最后一个叫"简陋的武器"，这意味着挺悲壮的，这里面有挺明显的一些政治倾向。《中国日报》有一个舆情中心，平时搜集海外主流媒体的一些相关报道，让我们发现双方媒体对于这个事件报道很不一样的地方：海外强调的是民族的问题，安保的漏洞，因为发生在 3 月 1 日——我们知道 3 月 4 日是全国政协开幕，3 月 5 日是全国人大开幕——一个比较敏感的节点，另外还有昆明袭击强化国安委的作用，等等。最关键的是，海外媒体报道的时候，有一些对现场的描述，但对于受害者的描述不多，而更多的是强调很多民族的冲突，对于袭击者有一种很强烈的同情心理。而且在这些报道的时候有一些字句是这样的，"没有组织声称为此事负责"，也就意味着，这种恐

怖袭击发生了以后，很重要一方面在于，如果有人承认，那就是恐怖主义了，如果没有，似乎就要画个问号。另外，至少在最开始的报道里，西方媒体用“恐怖袭击”这个词是加上引号的，但是对于它们自己国家发生的类似事件就没有用引号。

第三个案例，是从今年（2014 年）5 月开始，中国 981 号钻井平台在南海我们自己的专属经济区去勘探。我们总说，西沙、南沙都是我们的领土，但以前几乎没有派过自己的船到当地去勘探采油，都是像越南、马来西亚、文莱、菲律宾不断地在这些地区进行勘探。那么怎么证明这些地方是我们的领土呢？我们在 5 月就做了上面这个事情。如果我们从很严谨的新闻角度去分析的话，这件事从事实角度去看是有争议的，因为我说是在我的海域，越南说是在它的海域。没关系，如果我们从第三方的角度应该如何报道这件事情呢？应该对双方各自的历史背景、观点主张有一个全面的描述。然而，尽管这件事情闹得越来越大，甚至后来引起越南的一些针对外国企业特别是针对华人企业的骚乱，造成了大量经济损失和人员伤亡，但是西方媒体的报道对这件事情，调子是偏向越南的，不用说大家都能猜得到。媒体是可以有立场的，对于报道非当事方的事实来说，我们应该给大家提供一个比较全面的描述，但是据我看到的西方媒体的报道是很不全面的，都在说中国是“挑衅”，表示说“中国更愿意先采取行动，然后再进行外交协商”，强调此举说明中国不是像过去一样维持现状，而是更加激进地去做一些事情，认为中方对此负有主要责任。但是西方媒体对于这么多年以来越南做的很多事情、对于历史很少有涉及，报道之后让大家看到的就是——中国是霸权主义，中国在挑衅。特别是《纽约时报》有篇专栏文章，作者把中国比作“门罗主义”。“门罗主义”这四个字是不能乱用的，这是特指美国的，当年美国说门罗主义的时候是说，美洲是我们美国的美洲，这是我们的后院，你们别的国家不要去插手。中国就算再怎么样去发展，我们可从来没有想过说，亚洲是我们中国人的亚洲，所以在这个方面来讲，只要你想严肃地去研究这方面的问题，那么这两个情况确实是不可比的。但是它们却做了这样一个比喻。《华盛顿邮报》也说美国要采取一些措施对中国施压，不能让这种状况持续下去。

第四个案例是经济方面的，中国政府对高通公司展开反垄断调查，也是 5 月发生的。这个事我知道不同的人看法不一，但我想要强调一点：中国针对这些涉外企业的反垄断的调查有没有道理。高通这家公司全球利润的 50% 来自中国，但是它的业务量不到 50% 来自中国，也就是说它在中国得到了更多的利润。为什么我们认定高通搞垄断呢，因为它有一个不平等的条款——它跟中国企业签约，允许中国企业使用它的专利，但它要求反授权，要求这家合作的中国企业把它的专利同时授权给高通，而且允许给高

通的其他的合作伙伴免费使用。也就是说，不管你愿意不愿意，你只要用了高通的专利你就必须要做这件事情，这就是滥用它的市场支配地位。这是毫无疑问的，高通自己也承认。实事求是地讲，针对海外企业的这些调查，我们喜欢搞“战役型”的执法，在同一时间做同样的事情，比如，我们现在要重点整治酒后驾车的，要重点整治扎堆过马路的。去年我们对茅台和五粮液进行巨额罚款，但是大家可以想想，是茅台对于我们的国际名声意义更重大，还是高通对于我们的国际名声意义更重大？所以对于外企我们作一些反垄断的调查也没有什么不正常，但问题是方式和时段。专业的报道我们可以有立场，你可以认为中国是什么样子，但是你要做一点，就是要对这个事情做个分析，比如，刚才我们说到高通涉嫌垄断或者微软涉嫌垄断的时候，我们作为专业的记者要去深挖一下，它们都做了什么事情，为什么说它涉嫌垄断，我们可以方方面面去了解一些情况。但是，我看到的西方媒体，情绪化的东西和指责性的东西会比较多一些，对于事实性的报道明显不足，而且它们得出的结论就是凸显在华外企面临困难的最新例证，证明海外的有竞争力的企业在中国的生存环境已经发生了变化，而且说这是针对外企的一项行动，目的是加大监管，保护本土企业和消费者。这个方面咱们实事求是地讲，如果打击了这些海外的垄断企业，对于保护我们的国货和我们国内自己的企业有没有帮助呢？有。但是首先要看这件事情是不是有垄断的嫌疑，我们从专业的角度该怎样去分析。我们还对 12 家日本企业作了垄断调查，对它们进行了罚款。坦率地说这些日本企业也承认了。大家都有体会，我们国内的外企车企的配件价格确实是高。为什么会高？这不是市场自然竞争的结果，这里面确实会有一些明里暗里的东西，作为监管部门，如果在这方面无所作为，那么它们就是一种渎职的表现。现在它们做了反垄断调查之后，西方媒体对它们的反馈是这样子的。我再强调一点，任何一个媒体是可以有自己的立场的，但是我们从一个专业的角度来看，如果是大家要做这个报道，我们怎样去说服我们的受众，用事实来说话，在这方面西方媒体的报道确实是不够全面的，不够平衡的。

给大家举了四个案例，目的在于强调，海外对于中国的理解和我们自己的理解是有很大区别的，所以我就要引到我们以后的话题：我们国际传播该做什么事情。

谁都知道中国会在某一个时间节点超越美国成为世界第一大经济体，甚至如果用购买力平价来计算，今年我们已经超越了。如果中国真做了老大会是什么情况？如果中国和平崛起，按照我们既有的战略去推进，会是什么情况？会对现有的在世界上占据绝对地位的这些国家，特别是像美国这样的西方国家，造成什么样的冲击？它们反过来会怎么看这件事情？而且在这个过程之中，因为涉及世界格局的变化，外界对我

们的担忧、误解、批评、指责、恶意中伤，我觉得都是正常的。有一个外国朋友曾经跟我说，你们中国有时候特别敏感，外界骂你们的时候你们老是自己给自己上纲上线，好像外边如何如何了。有没有？有。但是呢，他说，你们想一想，你们现在已经是世界老二了，美国是世界老大，所以它挨的骂可能比你们还要多，全球谁都会骂它，你们现在挨全球第二多的骂也正常。这个没有什么关系，海外对中国存在误解这个是避免不了的，但是在被外界误解的时候我们能做些什么，使外界更多地听到我们的声音？在这样一个国际大家庭之中，我们该做些什么？

给大家举一个例子，如果说世界是一个大家庭，美国是老大，中国现在是老二，日本老三，德国老四，然后老五、老六、老七、老八跟老大都是一伙的。谁都知道老二有一天会超过老大，这个大家基本都认可了，所以老大和下面这些走得更近。如果你们是老大，你们该怎么办？如果你们是老二，你们该怎么办？我上次在另一所大学讲课的时候，我说："你们让老二怎么办？"下面有一个学生说："跟他干！"我说："可以啊，咱们有句话说伤敌 1000 自损 800，如果你要是现在正面产生冲突的话，那不是伤敌 1000 自损 800 的问题，恐怕是伤敌 1000 自损 5000 了。"关键是这也不符合我们的发展理念，我们的发展理念是和平发展、和平崛起。我想提示大家一个事实：在这种情况下，中国该做些什么？因为我们这个国家太大了，大到让人家觉得是一个又可爱又可怕的地方。这个可以事关意识形态，也可以完全无关于意识形态，因为我们太大了，这样的一个体量使外界对我们产生担心、怀疑很正常。而且国际关系是一种利益关系，在这种情况下如果你是那个全球的统治者，你会任由你的对手超越你吗？这种情况下我们怎么能够尽量来维持一个有利于我们发展的环境？这是一个关键。我们怎么和外界沟通，来阐释我们的发展理念？这话不是说大话，在中国的历史上，大规模的外迁基本上只有两次。第一次是蒙古人，他们是后来融入中华民族之中的。在这儿如果有蒙古族的同学不同意，我们可以再讨论这个问题。但当时确实可以说他们还没有成为中华民族的一员。第二次，稍微小点，是清朝的前期，扩展得也有点厉害。但是真正中原文明占主导的时候我们是不是到外面去，就像当时的大英帝国崛起的时候，当时的荷兰、西班牙、葡萄牙崛起的时候，我们也大规模地往外走？好不容易我们派出去了 7 次宝船，沿着丝绸之路出去了，结果还是运回来了一些长颈鹿和狮子，基本上没有太多真正贸易上的往来。这是当时中国人一种典型的心态。

中国崛起，外国人会很紧张，其实我们自己也很紧张，因为我们现在有了雾霾，这两天好一点了，这就是一种发展的代价，是我们过度使用资源的代价。第一个方面，当我们需要大规模地使用这么多资源的时候，对国际市场、国际环境的冲击是巨

大的。第二个方面，战略方面。我刚才提到老二的问题，这个老二不是指和西方意识形态不一样的中国，日本从 20 世纪 80 年代开始到 90 年代之前，有一个词叫“Japan fashion”，也就说总是要对日本挥舞着大棒。当时日本也比较厉害，去美国到处去买楼买地，引起了美国和世界各地的警觉，和现在的中国有一定的可比的地方。1985 年通过《广场协议》——当然还有很多其他原因，但《广场协议》是其中很重要的一项——美国把日本基本上压下去了。中国要是作为老二崛起会是什么情况？中国的发展，国际社会对我们的要求增加得很多，这很正常，就像现在西非三国的“埃博拉”在肆虐的时候，它们要求中国更多地贡献力量。我们确实做了很多事情，从各个方面派了 300 人去非洲。但是大家注意，我们去了以后，对于这件事的报道：美国总统奥巴马授权说，派了部队的人去利比里亚建了一个战地医院，那件事情海外媒体报道很多。中国目前派出去最少两批了，也有报道，像美联社我就看到了一个很客观的报道，但是总体来讲确实不多，也就是说在这方面中国在做一些事情，但我们被要求得更多。可是当涉及美国核心利益的时候，比如像 IMF（国际货币基金组织）增资时，美国说，那不行，会费你可以多交，但 IMF 的投票权重你不能增加，因为你会“影响”它。

周边国家对我们的压力也是很大的。我们中国要发展，周边有些小兄弟们对我们有些担心我觉得很正常，同时也和我们自身的对外交流、传播方式、沟通手法有些关系。有一次我们媒体圈的朋友跟澳大利亚前首相陆克文在一起吃饭，席间说到了中国的周边关系——南海问题。我们就问了陆克文：南海“九段线”之内的岛屿确实历史上来讲是我们的，我们有历史档案，我们有渔民很早就在那儿活动。美国老是说我们威胁到南海的航行，可从来没有一个案例是因为我们和菲律宾、和越南有争端而威胁到了南海的航行安全，南海是国际最繁忙的一个航运水域。陆克文回答了这么一句话：其实你们要理解，你想想看，我要是马来西亚人，我下海游泳，一不小心就游到中国去了。为什么呢？大家看在马来西亚以北的“九段线”，就是离马来西亚特别近，所以他开个玩笑一不小心游泳就游到中国去了。他还说：你现在是这样来说明这些是你的地方，如果你要是没有一个很好的沟通的话，外界对你肯定是要有一些担心的。

回归我的主题，就是怎么样去做沟通交流。同时从舆论上来说，西强我弱，这方面确实我们还有很多事情要去做。

海外有一家小有名气的专门做媒体被转引情况、媒体分析的公司叫 Melt Water，中文是“融文公司”，《中国日报》从 2006 年开始委托它去做我们被转引的情况。大家看这些数字，中间这一部分波动得比较厉害，可以说它说明了一些问题，也可以说它不完全说明问题，可能有些因素的影响，但是从 2009 年到 2012 年，它们对于《中国日报》

涉及外交方面的报道，是一个明显的上升之势，对于负面的报道是一个明显的下降的态势，其他的内容有多有少，这里面有些客观因素。我想说明的是海外认识到了中国的崛起，开始把中国作为一个大国来看待，所以它们对于中国的报道其实是逐渐更加全面、更加客观的。

为了说明这一点，下面我们来看一些调查。这个调查是从 2013 年 12 月到今年 4 月，由 BBC 委托一家公司叫 GlobeScan 做的，每年做一次，调查 20 多个国家对于各自的形象是怎么看的。对于国家形象的调查有很多，结论可能大同小异但不完全一致，这个调查可能是相对比较有影响的。蓝色的部分是被调查者认为这个国家的正面形象，黄色的部分是负面的形象。大家看，排第一的是德国，就是说 20 多个国家的这 2 万多人认为德国的正面形象占 60%，负面 18%，这可能和大家想象得差不多。然后是加拿大、英国、法国、日本，正面形象大概到 50%，接近一半。中国排第九，跟美国差不多，正面都是 42%，但是负面呢，美国是 39%，我们是 42%，我们真的是一半一半，一半人认为中国还不错，主要的形象是正面的，有一半人认为主要是负面的。这个调查是每年一次，前几年调查的国家稍微少一点，这两年就比较多了。从前两年，2005 年的时候，中国的正面形象是 48%，负面 32%，到了 2014 年的时候正面变成了 35%，负面是 49%。刚才不是 42% 么，现在怎么变成 35% 了？因为国家不一样，一部分是从 2005 年就开始参与，一些是这两年才开始参与，所以数字略微有些差别。大家可以看到，中国的正面形象是下降得最多的，负面形象是上升得最多的。如果大家想到一开始放的那个视频，中国确实在国际上是一个有争议的国家。

这张图是一些国家分别对中国的看法：28% 的加拿大被访者认为中国的形象主要正面，64% 认为主要是负面。加拿大、美国、德国、西班牙、法国，只要是发达国家，对我们正面形象的评价基本就少一些，像第三世界发展中国家对我们正面形象认可度就高一些。对我们认可度最高的西方发达国家是英国，占 49%。我们的非洲兄弟们，大家看一看——刚才说到 BBC 的片子，说当地人对我们中国不太看好，通过这个调查至少我们得不出这个结论——尼日利亚、加纳和肯尼亚对我们总体来讲是不错的，认为中国的正面形象是居多的，负面形象相对比较少。只要是发展中国家对我们都比较友好。

当然，对我们评价比较低还有像印度、韩国这些“邻居”，最明显的是日本，对我们正面印象只有 3%，负面印象是 73%，但我告诉大家，如果与过去比，这个结果还算可以。我想要强调的是，对于日本这个邻居我们要怎么办，怎么去做沟通。《中国日报》从 2005 年开始每年会跟日本有家民间机构叫“言论 NPO”去做“北京 — 东京论坛”，

在每次论坛之前我们都会做一次舆论调查。两部分人：一部分人是普通老百姓，日本人叫“市论调查”；另一部分就像我们在座的，精英们，是我们的学生、老师、学者等这些受过高等教育的人，他们把它叫作“舆论调查”。同时，在中国我们也做同样的事情。在日本，他们的有识之士可能比我们更广一点，它们还包括企业高管等方面的人。最新的一次调查是我们在 2014 年 8 月完成的，根据这个调查，日本对中国印象不好的人高达 93%，去年是 90%，是我们 2005 年之后最高的一次。中国对日本，认为印象不好的是 87%，比去年的 93% 还降了 6 个点，也就是说，我们绝大部分人对日本的印象也不好。中国对日本印象比较好的人是 11%，有所上升。这是中日之间的对比。刚才说的都是普通老百姓层面的“市论调查”。下面我们来看看精英阶层的“舆论调查”：日本对中国印象不好的比例是 66%，中国的精英这一比例是 59%，都比去年略有恶化，也就是说，精英人士更倾向于去理性地分析一下，但是结果仍然是如此。这件事我觉得特别重要，因为我们是邻居，谁也不能搬家，那怎么办呢？那我们就任由关系随波逐流，甚至让它去恶化？这对中国的发展是不是有利？这个时候最高兴的是美国人，就看你们两个闹去吧，它基本就可以轻松自如地去应对亚太的变化。所以中日关系是一个很重要的课题，我们做传播的时候要考虑如何更多地让双方去相互理解。

这是另一个调查。我对其中的一些结论有点怀疑，但我觉得还是挺有意思。这是一个中国人做的，也是一个全球的公司，叫“寰行中国”，样本有 3170 份，今年 3 ~ 5 月在 25 个国家做的。这些是，大家用一个词来说他们对于中国的印象，其中除了“微信”以外，都是特别传统、特别古老的东西，通过这些大家就可以知道我们在海外大概的形象是什么。我为什么说我对这个结论稍微有点怀疑，因为我觉得这有点怪异：有 13% 的人认为中国的形象是个戴草帽的老农，7% 认为还留着辫子，12% 认为是工农兵，3% 认为是武侠，当然有 2/3 的人认为我们是现代人，这个我认为是有点夸张了。但“武侠”这个事儿呢，我们有个记者在内罗毕，有一天吃完晚饭 8 点多，天还没黑，从吃饭的地方走到家就 5 分钟的路，他就没有坐车。他迎面就看到有 4 个人眼神不大对劲，于是他就赶紧把手机扔到草丛里去了，结果那 4 个人过来把他就给抢了。他去报警，警察说，“你是中国人？”“是。”“你不是会功夫吗？”当然，这个警察有点调侃，但是确实很多非洲人认为中国有这么个形象。所以说人家对于我们的了解是很有限的。他们对于我们的评价，排在前三位的是龙、长城、熊猫，这是他们对于我们的理解。

也有一些人分析得会更深入一点。也许有人读过 Kissinger（基辛格）的这本书，*On China*。我引用它里面一段话。它用了围棋和国际象棋做对比，讲中国思维和西方思维的变化。围棋大家都知道，开始的时候什么也没有，是空板，我们一个一个往上

去放棋子，它通过一种战略的思维可以多线作战、围困，最后形成一种战略上的优势，来打败对方。也许到终盘的时候，对于我们不会下围棋的人来说都不知道谁赢。而象棋是一种直接的对抗，上来所有的兵力都摆在前面，然后就是一种直接的面对面的冲突，最后基本上会以胜负来告终。当然，也有另外一种情况——和棋，那是因为谁也打败不了谁。根据基辛格的说法，Chess produces single-mindness，也就是说，下国际象棋就是往前冲，去打，去战胜对方。Weiqi generalizes strategic flexibility，而下围棋要通过灵活的战略上的安排来形成一种优势。这是他的一种分析。如果这种分析是对的，是不是海外所有人都认识到了这种差别？这就是我们面临的一个课题。

从国家政策方面来讲，为什么我们必须要去做国际传播。胡锦涛同志在党的十七届三中全会上指出，在信息技术高度发达的时代，谁的传播手段先进、传播能力强大，谁的思想文化和价值观念就更广泛地流传，谁就能更有力地影响世界，谁就会拥有软实力。2013 年 10 月 24 日，习近平总书记在“周边国家外交工作会议”上提出一个概念，叫“命运共同体”。也就是说，我们要和周边国家共同发展，实现共赢。习总书记在 2014 年的全国宣传工作会议上说，我们要打造融通中外的新范畴、新概念、新表述，讲好中国故事，传播好中国声音；在十八届三中全会上又强调了加强国际传播能力建设和对外话语体系建设。我把这些讲话的要点列出来，希望大家知道这是我们未来外交工作的重点。大家一定要了解整个背景，我们中央的思路是什么、发展的思路是什么，围绕这个思路怎样去创造对我们有利的舆论环境。

我再给大家列举一些数字，来证明为什么我们的传播这么重要。以美国为代表的西方，它流向其他地方的信息是“反向回流”的 100 倍。全球性的西方媒体垄断了世界上 90% 的新闻，从而能够设置话题；互联网上的信息很大部分是美国发布的；美国控制了世界上 3/4 的电视节目；还有世界三大通讯社发出的信息的量占据了全球的 3/4。这些数字证明，我们的信息被外界所知道的，相对是比较少的，也不是很全面。现在是一个网络的社会，特别是移动互联网使得我们无时无刻不和整个大的网联系在一起。我们之前有一个概念叫“地球村”，当我们说“地球村”的时候恐怕还没有意识到移动互联网能够带给我们这样的变化。移动互联网一方面似乎是在形式上面造成了一种平等，大家都可以无差别地接入网络之中，但是因为刚才提到的信息流入的不平等，事实上这种形式上的平等带来的是一种不平等，因为你们拿到的信息是不一样的，所以说，从中国发展的角度，要从维护国家信息主权的高度来探讨这个问题，来加强我们自身的一个话语体系建设和国际传播能力建设，来制订我们的国家战略。

推进国际传播的可行性

在这样一个大环境之下我们该做什么？我想我们应当冷静观察，理性分析，我们需要既要了解自己，又要了解别人，形成自己的独立理性的判断。我们既要学习西方，学习海外，又要形成自己的一个模式，我把它称为“兼容并蓄”。非常重要的一点是，我们要本着一颗开放的心态，善于借鉴人类所有的先进成果，同时我们要立足国情，立足实际，坚持走自己的道路。我今天下午和史院长聊天的时候，他也提到说，清华对于国情的教育非常重视，这一点我一会儿还要提到。作为一个很好的媒体工作者，你必须了解国情。如果不了解国情，你就没有你的基础和优势。在这个层面，做好国际传播，实现有效的国际交流，加强不同国家、文化、体制之间的交流，至关重要。

英国前首相撒切尔夫人（Margret Thatcher）有这样一句话，她说：“中国不会成为世界强国，因为它们出口的都是电视机，它们从来不能够出口它们的思想。”这句话可能有点过时，但实事求是地讲，在这方面我们确实有很多的不足。我们自身有很多很深邃、很有道理的东西，但没有更多地去和海外沟通交流。对于国际传播，大家会说是不是只有中国在做这件事情，由政府来主导或在背后支持？不，世界各国都有自己的战略，从最发达的国家到一般的国家都有，比如我列在这儿的国家，都以某种形式从国家拿到了一些支持。比如 BBC 的牌照费，凭什么它能拿牌照费？这就是支持的一种形式。像日本 NHK，背后也有政府的支持。NHK 前不久有一个负责人的一句话引起了轩然大波，是关于慰安妇的问题，结果引起了舆论大哗。另外，他说了一句话，“政府让我们做什么，我们就得做什么，我们没有别的选择”。还有一个“今日俄罗斯”电视台（Russia Today）和半岛电视台做的同样好的在西方影响比较大的媒体。咱们的央视正在迎头赶上。那么像 RT，还有一个“今日俄罗斯”通讯社（Russia Now）都是普京总统的办公室专门过问和支持的媒体。有一个报纸叫 *Russian Gazette*，它负责制作专题，比如说“乌克兰事件”，它就在全球的报纸包括像 *New York Times*、*Washington Post*、*Daily Telegraph* 等 30 份报纸来传递俄罗斯的声音。也就是说，国际传播其实各国都在做，只是手段和方式并不完全相同。

我们说做国际传播，还有一点是因为随着中国不断地发展，海外希望更多地去了解中国，这样就给我们创造了一个机遇，使得我们试图去做，努力去拓展一些事务，希望能够引起海外的关注，这是我们面临的有利局面。近年来，国家也是高度重视。有两个主题大家要知道，第一，是“国际传播能力建设”；还有一个词，叫“对外话语

体系建设”，这是我们中央高度关注的两件事情，从物力、财力这方面有了一个支撑，要让中国的声音更多地传播出去。我们培养了很多很多的优秀人才，包括我们在座的，将来恐怕有很多人会从事这样的行业。第二，还有一点很重要，因为技术的进步，传播方式的改变，在原本我们可能没有竞争力的领域，目前我们跟西方的媒体站在同一条起跑线上。

我来介绍一下我们《中国日报》在做些什么，通过这些案例来跟大家说一说，目前国家在国际传播能力这方面都采取了哪些措施，取得了哪些成效。

首先，《中国日报》作为国家英文日报，我们目前在全球发行 90 万份，其中，海外有 60 万份，在国内有 30 万份，它是国内高端人士首选的一份报纸，就从《中国日报》获取信息这一点而言，在所有中国媒体里面排首位。而且，《中国日报》是唯一有效进入国际主流社会的中国报纸。中国的报纸有 2000 多种，在现在这个时代，报纸上登的任何东西，理论上来讲可以被外界所关注，但是，是不是能够被海外主流社会所关注就不一定了。那么，《中国日报》应该说是唯一一份能够进入海外主流社会的中国报纸，同时，也是国外转载率最高的中国报纸。这一方面是语言的优势，另外，也与我们自身的努力分不开。刚才我提到我们的发行量，数字不算太大。但跟西方的报纸比，也不算太小。像《纽约时报》，目前有个七八十万份，《华盛顿邮报》大约是四五十万份。像英国最大的报纸，《每日电讯报》是 80 万份。跟日本没法比，日本随便就是八九百万份的发行量，日本人比较喜欢读报纸。但是，《中国日报》影响力的提升，就是我们努力的方向，不仅仅是要把报纸卖出去，还要进主流。我刚才提到“融文公司”，我们请它们来做一些《中国日报》被转引的调查分析。根据它给我们提供的数据，我们每周大约被海外媒体转引 200 个条次。

这么多年以来，《中国日报》致力于做哪些事情呢？经过多年的努力，我们已经初步建成了一个覆盖全球的网络，包括采编和经营的体系。目前我们在全球的主要国家，北美、南美、欧洲、亚洲、非洲，大约有 40 多个站点。我们现在有全国最大的一个英文采编团队。如果仅仅说采编团队，那我们肯定不如新华社，新华社现在是全球最大的通讯社。外文采编团队的规模我们也不如中国国际广播电台。但是，我们的团队是纯英文的一个采编团队，有 500 人的规模，其中有 100 多个国际员工，做很重要的工作。同时，经过这么多年的发展，在那些我们认为最重要的国家和地区来设置我们的机构，也积累了很多的海外传播的经验，同时也初步建立了口碑。

其次，我们形成了自己一个分众化的产品序列。先说报纸，目前，大家能够看到的是我们的中文版，我们自己把它叫中国版，主要是给在华的外国人和国内高端人士看。

那么同时，我们从 2009 年起陆续推出了美国版、欧洲版、亚洲版、东南亚版、非洲版、北美版和南美版，这些是我们分众化纸媒的体系。

刚才说到的是我们自己的纸媒体系，我们也借助一些外力。比如说，我们在《纽约时报》《华盛顿邮报》《华尔街日报》《每日电讯报》等西方的报纸里推出自己的一些专题。在 2011 年，当中日之间围绕钓鱼岛，外界高度关注的时候，我们同时在《纽约时报》《华盛顿邮报》《洛杉矶时报》推出了这样一个专题：钓鱼岛是中国的。大家知道美国人对钓鱼岛，绝大多数人要么不知道它在哪里，要么认为是日本的，很少有人认为是中国的。我们这样的一个报道，通过美国主流媒体，我们至少让它们知道，在这个问题上面是存在争议的。

这是我们在今年的 8 月 27 日《华盛顿邮报》见报的一个专题，是“慰安妇”这个专题。我们也是按照我们正常的一个发稿的策划，因为这个问题是一个重大的问题。日本《产经新闻》做了这样一个报道，其他日本媒体又做了一些转引，然后，出口转内销，咱们的《参考消息》也引了日本《产经新闻》的那个报道，于是乎，就有了这个报道。他们认为这是中国的一个“阳谋”，就是我们用美国的媒体来在这件事情上面离间美国和日本的关系。但是，从这个方面也能说明一个什么问题呢，我们这样的一个报道确实引起了一些反响，传播了中国声音。

刚才提到我们组建了专业化、高端化、本土化的国际传播人才队伍，除了我们自己的人才以外，清华的学生也有一些加入到了我们这个团队。我们目前的英文采编团队，大家可能会问是不是都是学英文、学新闻的。学英语的、学新闻的不少，现在学什么的都有，很多都是受过专门的海外的一些培训，有些是在很多别的媒体做过，很专业。同时我们有 100 个外籍国际员工。大家如果要是注意到的话，会发现《中国日报》的平面设计跟别的不太一样。因为我们的平面设计可以说是全球最好的报纸之一。为什么敢这么说呢？我们的平面设计总监是美国《洛杉矶时报》的前任设计总监，是世界版面协会的主席。《中国日报》的平面设计在世界版面协会的评选奖项里每年都得奖。我刚刚提到的《洛杉矶时报》的这个设计总监，他刚得了中国政府的“友谊奖”，这个奖是奖给有突出贡献的外国专家。我们报社的编辑田驰，很年轻，不到 40 岁，刚刚得了“韬奋奖”。他是“韬奋奖”有史以来最年轻的一位中国编辑。他为什么能得？因为他的硬件很厉害，他设计的版面得了很多个大奖。所以，在“韬奋奖”评选的过程中，很多人都提出意见，说他太年轻，他还有机会，但评来评去，最后他还是被评上了，因为他的业绩太好了。我们的海外版执行主编，是一个印度人，他在《中国日报》已经工作了十几年。大家知道印度人做英文报纸很有经验。我们还有不少来自北美、欧洲、

亚洲等地的高端人才。

刚才我已经提到了北京—东京论坛，这是我们的高端活动，活动是提升媒体影响力的一个重要方式。北京—东京论坛每年举办一次，目前已经成为中日之间实际还在运作的最大的一个公共外交平台。中日之间原来有很多交流平台，目前基本上都停掉了。北京—东京论坛是硕果仅存的，或者说为数极少的几个平台之一。

在新媒体领域，《中国日报》也是传统媒体当中动手比较早的。因为我们从 1995 年就开始办网，1994 年开始筹备，1995 年正式推出。这是一个什么概念？中国最早的一批网站，就是 1995 年创办的。1995 年创办的一批网站，活下来的，除了中国日报网，我都不知道有第二家。其他的要不被收购了，要不就死掉了。像新浪，都是 1997 年、1998 年才创立的。中国日报网一直能够坚持到现在，也是最早的一个国家级媒体网站。目前，日均流量大约是在 5000 万的样子。除此之外，我们还有针对海外的像美国、欧洲、亚太的子网，提供一些针对性的信息。像社交媒体，我们目前在 Facebook 上面的粉丝有 110 万左右，Twitter 上面大概还有 40 多万。目前来讲，我们在海外的社交媒体上面有接近一百七八十万的粉丝数量。

《中国日报》还有一个很有意思的英文社区，一个很活跃的英文论坛，讨论中国的一个论坛，从它注册的 IP 地址可以看出来绝大部分确实都是来自海外。同时，我们各类的移动客户端的下载量已经超过了 500 万，目前我们要在新媒体这方面采取更多的措施。传统媒体仍然很重要，但新媒体更加重要。但是，新媒体要怎么去跟传统媒体融合，这也是一个重要的课题。

美国有一个第三方监测全球网站流量的网站，相对来讲，是比较客观的一个。它有一个对《中国日报》的监测。在这个数据里面，来自海外的流量占 1/3。《中国日报》不是说要做国际传播吗？从这个数据上来看，来自海外的只有 1/3 嘛，但是如果大家对比一下国内的情况，其他的网站来自海外的流量，大家就可以知道，30% 多实际上是一个很大的数字。一般来讲，可能就百分之几是来自海外的。

不能只在这讲《中国日报》，我的题目是国际传播能力建设。国际传播能力建设不仅仅是《中国日报》的事情，我们有很多的兄弟单位也做得非常好，像新华社，它在全球的机构是各个通讯社里面最多的，它还有一个专门的新闻电视台，影响力也在逐渐提升。近年来，央视在国际新闻报道这方面很有突破。国际台在全球很多地方布点，数量是央美当中最多的。它们通过收购当地的一些电视台、电台，来做本地化运营。因此，我们的国际传播能力建设形成的“合力”效应，限于时间我就不展开了。

对于我们自己媒体的一些做法，我就谈这些。我们还是要认真学习国外同行的先

进经验。这个是史教授在《纽约时报》创新报告刚刚出来之后，组织人马做的一个分析。这份长达96页的报告里面分析了《纽约时报》这么多年以来数字化转型的一个成果，结论是《纽约时报》做得不错，但是，比起很多的媒体，还有很多的欠缺。比如说。影响比较大的Huffington Post是一家新闻聚合博客网站，这是社交新闻网站Buzzfeed。新媒体影响不断增大。而《纽约时报》总体来讲，这条曲线比较平。其实我个人认为《纽约时报》恐怕是在西方的纸媒里转型做得比较彻底的一家，它从2007年开始，就在做一个数字化的转型。之前它的数字跟传统的部分是分开的，后来它是全美主流媒体里面最早整合在一起的。2010年的时候，《华盛顿邮报》也开始把它的两家报纸整合在一起。现在西方的主流媒体，都在做同样的事情。

《纽约时报》创新报告最后提出了5点意见，这5点意见切实认识到了新媒体带来的冲击，技术带来的冲击，读者的习惯改变带来的冲击。比如说，要创建受众拓展的职位，怎么跟受众更加接近；组建数据分析的团队，要更多地搜集用户的数据，分析用户需求；创建战略分析的团队，知道下一步如何去发展，把采编和方方面面整合在一起，零距离去贴近受众，特别是不同部门之间的合作及要优先聘用数字人才。我举这个目的是在说明什么呢？海外媒体都在面临同样的挑战，我们中国的媒体跟海外媒体在这个方面面临的挑战是很相似的，这就意味着我们在这个环节是跟它们在同一个平台去竞争的，我为什么把它放在可行性里面来谈？因为有了技术的发展，使中国的媒体存在“弯道超车”的机遇。

我还要引用史教授做的一个调研。《中国日报》跟清华有一个合作，比较了海内外的不同媒体在重大事件中的报道，我举三个例子：乌克兰冲突、马航航班坠毁、阿富汗的大选。具体的结果我就不展开说了，大家可以看到，调研的结论是任重而道远。我们的国际传播做了很多的工作，也体现了一些效果，但是，和传统的西方优势的媒体相比，我们还差了很多。比如说，内容生成能力这方面，中国媒体的报道数量是领先的，但是我们在首发率、原创率、报道形态等多样性方面排名就比较落后。议题设置，像马航MH17，西方媒体占据了绝对主导。二次转引率靠前，以阿富汗大选为例，从公众契合度和转引率的指标来看，西方媒体也是靠前，我们媒体是靠后的。在史教授的报告里面举了5家媒体，《纽约时报》《华尔街日报》《中国日报》还有两家国内的媒体。从刚才那几项来看的话，《纽约时报》和《华尔街日报》处于一个绝对领先的位置，它们被转引的数字大概都是3000 ~ 5000条的样子，《中国日报》排在第三位。我们跟这些西方的媒体相比，有些差距。被转引多的时候能够达到1000多条，少的也有60多条。我们跟这些西方大鳄去竞争，还存在相当大的差距。但是，通过我们这些年的努

力，我们的声音开始被外界关注。我刚才还提到另外两家中国的媒体，我不说名字了，那两家媒体按照这个调查的结果，我不知道是不是全面，被海外媒体转引率基本为 0。在史教授报告的最后，还做了一个 SWOT 分析。在国际传播与新闻报道方面，中国媒体具备的优势和劣势是什么？机会在哪里？挑战在哪里？这是我们目前面临的一个状况。总体来讲，挑战很大，但是机会也很多。详细的情况请史教授在课上给你们介绍。

国际新闻传播人才的培养

我 1987 年到《中国日报》工作，到现在已经快 30 年了。我们在国际传播方面刚刚起步不太久，对于人才的需求是很大的，特别是对于那些了解中外文化、掌握现代媒体传播技术、懂得沟通的人，人才需求巨大。第一，现在做媒体，比我当年刚开始做媒体要困难得多。我当年去采访，跟人家沟通，把稿子写出来，发稿就 OK，还可能第二天再发稿。甚至呢，对于一些时效性不是特别强的稿子，我可以过两天再发，现在不可能再这样做了。

首先，媒体融合使得新闻生产结构发生了很大的变化。各大媒体都是采取中央厨房式的发稿方式，英国《每日电讯报》，报社是一个巨大的房间，中间是几个大屏围成一圈，最重要的一些部门的编辑坐在中间商议。记者采访回来之后，先给社交媒体、网站等发稿，再过渡到传统纸媒。《金融时报》怎么做呢？记者采访回来也是先上网，然后再去做纸媒。《金融时报》原来有不同的版本，现在只做一个国际版。它们白天先做网站、新媒体、移动端，到了下午，开始讨论我们今天晚上发什么，因为它们发现根本没有必要去拼时效，因为永远拼不过新媒体。所以，报纸拼深度，拼观点。对所有的媒体来讲，《中国日报》也一样，我们也是要采取中央厨房式的发稿。所有的信息汇总到这个平台上面，根据我们不同的时效，不同的平台来分别去发稿，采用“数字优先”的战略。

其次，是技术的作用，移动的引领。大家都是年轻人，我相信可能对于技术的体会比我还要深刻。技术的发展导致传播方式、受众习惯发生了根本性的变化。

再次，也是最重要的一个，做强、做大并重，内涵、外延共同推进。媒体如果要不断去做大做强，它的主业必须要强。如果没有一个很强的主业，不行，但是如果只做主业，也不行。从海外到国内，比如说像《华盛顿邮报》，也算是美国最知名的媒体，贝索斯不久前刚刚把它收购。《华盛顿邮报》其实真正的报纸业务只占它很小的部分，

它的很大一部分产业是它的教育产业。国内的一些媒体集团，像上海的报业集团、浙报、南方报业集团、广州日报报业集团、四川博瑞，它们属于新闻立媒，但第一大产业是房地产、游戏、文化等。也就是说，如果没有这些产业作为支撑，仅仅来做传媒，没有很强大的实力，是不可能做得好的。所以说，对于媒体而言，从发展来看，这点同样非常重要。

对于各位同学，我个人认为，大家要培养以下一些方面的能力：第一，是 being glocal。我没拼错，既不是 global，也不是 local，是既要 local，也要 global。大家要了解国情，因为我们更多地是做国际传播的一些工作，如果我们不立足于国内，不了解国情，不对我们中国的事情有一个深入的了解，你怎样能把你的信息传递到海外去来说明中国？但是，如果我们大家只知道国内情况，不了解海外的文化，海外的传统，我们也很难能够进行有效的沟通和交流，这一点也是非常重要。世界的眼光，说说容易，但其实是很不容易的。世界的眼光就意味着你既要有你的观点和立场，但又应该能超脱，你能够更多地客观地来去观察，得出你自身的一些结论。很多年之前，我们有一个说法叫“外宣三贴近”，是什么意思呢？贴近中国发展的实际、贴近外国受众的需求、也贴近海外的思维习惯。也就是说，你只要做到这一点，才能使我们的声音传出去，这是我说的世界眼光最基本的一点。这还不够，我们需要善于从一个更超脱的角度、更宏观的角度去分析、去判断，得出你自身的结论。开个玩笑，你们有的时候要从一个火星人的角度来看一看这个地球在发生什么，中国在发生什么事情，美国在发生什么样的事情，你们形成自己一个独立的判断，这一点是非常非常重要的。所以，第一要 being glocal。

第二，我们要成为一专多能的杂家，you have to know something of everything，and everything of something。如果你们只知道 something of everything，是杂家，这非常重要。因为做媒体，大家需要什么都了解一点，上通天文下知地理，我们都要去关注。但是，如果只知道了一般性的东西，没有一个专长，仍然是不行的。所以，我们需要各个方面都要有所了解。那么，这才能使我们脱颖而出，才能在工作之中做到位，才能把自己工作做好。

第三，就是要 multi-tasking，就是做所谓“多任务”型的全能记者。我刚开始做记者的时候，就带着一个本儿、一个笔，重要的时候带着一个录音机，是磁带的，还没有你们现在这种录音笔，更没有手机可以去录音，这是我所有的家当。现在用的摄像机、相机等，你们都要会。我知道现在教学里引入了这些技能，每个人都要掌握。如果缺了哪一样，你就缺少了竞争力。

第四，外语的能力，这点我特别要强调。刚才史院长跟我介绍说，不少国新班的同学以前就是学外语的，也有学别的专业来的，但不管你们学什么专业，外语非常重要。其一，英语很重要。其二，最好再学一门别的外语。对《中国日报》而言，我们现在学好英文是必要的，必须的。但最好再会一门别的语言，如果有两门语言的话，就非常非常有优势。从技术发展来看，用不着几年，我们每个人戴一个接收的装置，你可能说的是英语，我耳朵里听到的是中文，我说的中文，你耳朵里听到的就是英文，从道理上来讲我们就可以进行无障碍的沟通了。其实现在的谷歌翻译，也凑合，你把它翻出来之后，连蒙带猜基本上也差不到哪去，只不过就不太准确，但要实时地翻译可能还差一点。但这就是一种技术的发展，用不了几年，这个目标是一定能达到的，那个时候我们还需要外语吗？非常需要。为什么呢？我们用不同的语言去交流，其实我们现在也能做得到，我们可以有翻译，但是，如果是用翻译来进行交流，特别是像用中文跟西方的语言之间进行交流，这种交流是不直接的，不是面对面的，缺少亲近感。如果大家做过一些大型活动的志愿者，比如说像博鳌论坛、天津达沃斯、大连达沃斯、财富论坛，等等，就会发现，基本上，洋人跟洋人说话，跟洋人说话的中国人都是英语特别好的，英语不好的中国人，都是自己跟自己扎堆说话，很少有通过翻译来进行交流的，是不能交流吗？不是，我们可以有翻译。但有翻译，其一，不直接，其二，这种交流不是一种同样文化背景下的交流，它的交流效果是有折扣的，这点很重要。语言好，大家将来会发现择业面会非常地宽，你们有很多很多的机会去把握，所以，一定要学好语言。

怎么学好语言？第一，要利用一切机会。有一个很好的方式，多读《中国日报》。不是开玩笑，因为语言永远是落后于实际，课本永远落后于实际，从课本上学到的语言，永远落后于实际。你们要去看《生活大爆炸》，那里面的语言跟你们在教科书上学到的语言不一样。就像要是跟年轻一辈的人沟通，他们说的那些网络语言，我们不一定全都懂。我努力地想与我孩子沟通，我要特别认真地去学。这个时候，你就会发现，我们必须要去学的是跟现实联系得比较紧密的语言。报纸上的语言，很多都是跟现实连在一起，所以这个语言跟现实比较贴近。第二，你把对时事的了解跟语言的学习结合在一起。第三，如果我们在座的很多人有志于国际传播，我们要去研究国际传播，读报是非常有用的。当然，大家也可以多听听 BBC，现在也比较容易了。当年我拿一个小收音机，弄了个天线，找了半天也找不着，现在太简单了，一个 APP，一摁，live radio，大家可以去听。所以，语言的学习非常重要。

最后，再谈谈我们如何成为一名合格的新闻人。

首先，我们立志于做媒体的人，要有信仰。其实不仅是做媒体的人，我们每一个人都应该有信仰，我并不强调的是一些泛政治化的东西，我说的是你们每一个人都有一个知道什么是对、什么是错的标准，什么是坚持，我们必须要做什么样的事情。因为如果没有这样一个信仰，如果没有这样一个理想，很多事情你们就会半途而废，很多事情你们就会随波逐流。网上有《人民日报》评论部原主任卢新宁在北大的一个演讲，她就专门讲“信仰”的重要性，大家有兴趣，不妨搜来看一看，我深有同感。如果我们要想做好这件事情，如果我们要想做好未来的工作，没有这方面的信仰，很多时候到了一个台阶之后，你是不可能往前走的，也做不好的。有一个红字标出来的叫“无用的价值最有用”，什么叫无用的价值？有用的价值是那些特别适用、特别功利的东西；无用的，就是我说的所谓的信仰、责任、理性，等等。因为价值是不等于利益的，也许这些价值短期之内对大家没有特别的帮助，但是，如果我们立志于在社会上闯出自己的一番天地，这些可以说对大家非常非常的重要。

其次，是责任。强调责任是因为大家有志于做媒体，不讲责任、没有责任，大家就不要去做媒体了，因为媒体就是责任，媒体首要的就是责任。如果我们没有这种责任意识，我们做媒体的缺少根，缺少方向，也很难不断地去做好国际传播。承担责任，是我们每一个媒体人的天职，对于中国媒体而言，同样是如此。

再次，是创新。创新非常重要，特别是在现在的媒体，这个大家都能够理解。一方面，我们自己要有能力的基础；另一方面，每个人都有自己所熟悉的、感到舒适的一个圈子，但是，如果我不去突破这个圈子，不去创新，很多事情，是很难往前推的。创新已有太多的例子了，不用给大家举，技术的创新、模式的创新、思路的创新，哪怕是沟通方式的创新，都能使传播效果发生一个实质性的变化。

请大家一定要高度地重视理性的判断，就是说不要人云亦云，你们大家每人有自己的一个判断和分析，最后得出一个结论来，什么是对的，什么是错的。也许我们为了生存，我们在某一个时期，我们不得不去做一些事情，可能不是你们认为是对的事情，但是，如果你们一辈子都在做这种事情，大家活得未免太痛苦了。所以，我们自己要有自己的一个判断，我们自己知道自己在做什么，自己怎么才能够按照自己的思路去推进自身世界的发展、学习。

有人说，技术是一种信仰，创新是一种信仰，我更强调学习是一种信仰，特别是在现在这个社会。清华有很多很多的专业，也许对有些专业而言，持续地学习更重要。在你们毕业的时候，有很多东西都已经过时了，所以，你必须不断地去学习，才能够跟上这个时代。学新闻的人也一样，刚才我提到你们要做“通才”，也要做“专才”，

需要不断地去学习，不断地去提升自己的综合素质，才能在这样一个激烈竞争的时代站住脚，才能更好地发展。

最后的一点，是要学会吃亏。这点是我个人的一点体会。为什么说要学会吃亏呢？十个人一个团队，如果说你能脱颖而出，为什么是你而不是另外九个人？如果你什么好处都不被落下，为什么那九个人能让你出来？你必须要站得更高，看得更远，你要是一个 leader，你需要 deliver，你需要去团结另外九个人，也许你需要去考虑得更多。在这个过程中，你可能会吃亏，但吃亏了以后，你需要有一个很平衡的心态，需要淡定。否则的话，很压抑，那要闹出抑郁症。我们需要去平衡自己这样的一个心态，我们要知道这是一种常态。你要去发展，就必须要从一个更广阔的空间来看世间万物，才能够使自己不断提升自己的素质和能力。

提问环节：

问：刚才您说新闻记者做采编，要做“全能”型。新闻专业的学生每一样都想学习，包括理科生的编程，但时间和能力总是有限的，怎么避免自己不成为“万金油”而各方面都能学到呢？因为在有限的时间内分配到各个方面，可能造成这个懂一些，那个知道一点，全部都不深入。

答：我们每个人的时间精力都是有限的，我刚才提到说“多任务”“全能”型记者，说的是跟媒体相关的基本技能。比如说，现在仅仅会用电脑来打字、写稿，已经不够了。我们需要会做“超文本”，把你的内容直接发布在网页上面。我们需要你有至少说得过去的摄影、摄像、编辑图片视频的能力，以及一般性的美术设计，等等。我指的还是跟我们做记者、做编辑相关的能力。我个人的经验是，作为媒体人来讲，当你懂得越多，你就越有竞争力。

在新媒体时代之前，一般来讲，做编辑是越老越吃香，因为他们经验丰富。现在，我这么说，对老编辑有点不敬，但是现实就是这么残酷。像我们这个岁数的只能叫“数字移民”，但“80 后”“90 后”的年轻人是“数字原住民”，他们往往会比一些老记者、老编辑做得更好。所以，在技术方面年轻人具有优势。

当然，传统的新闻价值仍然是起作用的。如果我们仅仅是获取一般性的信息，比如，知道四川地震了，通过一条短信就能知道，但是你要想深入地了解，不是从微信里转来转去的信息里得到。

再说传统媒体和新媒体，什么叫传统媒体？什么叫新媒体？新浪是传统媒体还是新媒体？如果说，报业是传统媒体，新浪在五年之前，我指的是它的新闻，新浪绝对

是新媒体。现在大家从新浪的网页上去看，也很少，它似乎逐渐变成了传统媒体的一员。新浪微博在两三年前，处于巅峰状态，现在大家还在用新浪微博的话，会发现上面的东西逐渐减少了。微信从两年、一年之前火得不得了，现在我不知道，反正我开始比较烦了，因为转来转去就这些东西，而且很多是属于“无脑”的东西。

我今天谈的媒体，偏重于指严肃媒体的内容。内容仍然是核心，我们每天接触到海量的信息。但是，对你们有用的内容其实是有限的。那么，有限的内容从哪儿来，有用的内容从哪来？我们真正需要的内容，跟大家的事业发展、跟未来相关的内容，不是那些在微信中转来转去的东西，严肃的、深度的内容非常重要。所以，为了达到这样一个目的，我们要在做媒体的过程中，要各个方面去了解，同时还要坚守新闻的价值来去做这方面的工作。回到你的问题上来，我们要有一些专业的知识、专门的技能，才能体现你独特的价值和特色。

录音整理：贺飞、李佩昀

校对：赵涵漠

第十七讲
世界是谁，中国是谁，我们是谁 [1]

◎ 胡锡进

现任《环球时报》总编辑；1989 年获北京外国语大学俄罗斯文学硕士学位，进入人民日报社国际部工作。1993 年至 1996 年任《人民日报》驻南斯拉夫记者，其间深入战火中的波黑，后写作《波黑战地采访手记》一书，1996 年至 2005 年任环球时报副总编辑，1999 年获得“中国杰出青年外事工作者”荣誉称号，2003 年赴海湾采访伊拉克战争，2005 年起任现职。近著有《大国不易》（华文出版社，2016 年版）、《胡锡进论复杂中国》（人民日报出版社，2013 年版）、《胡锡进论激荡世界》（人民日报出版社，2014 年版）等。

今天非常高兴来到清华跟同学们作交流。题目是：世界是谁，中国是谁，我们是谁。并且，会多谈一些有关新闻的话题，可能这个大家更感兴趣，我作为一个媒体人怎么来看这个事儿。明天正好是记者节，我在来的路上正跟助手在写社论，就是写的“记者节”。但今年这个记者节是一个很沉重的节日，陈永洲的事刚发生，全国人民对记者一片骂声，这时候过记者节过得真不是滋味。我觉得，记者还是一个很了不起的职业，在中国是非常不容易的一个群体，现在还是一个非常困难的群体。跟我写社论的一个女生是复旦新闻系毕业的，她告诉我，她们全班有一半没有干记者这一行，干了记者这行的，其中又有接近 2/3 告别了媒体。想想我们这个媒体行业现在在中国是一个什么样的地位？我觉得现在是中国媒体行业最困难的时候，当然这也是全球性的，但中国的媒体尤其困难。优秀的人才很多都在流失。35 岁的人还在一线当记者就会被人看成非常没出息，因为大家都去当领导了，或去升官发财了。我们现在就处于这样的大环境中，也不得不接受。

我想把题目的顺序稍微作点调整，先对中国媒体业的现状作一个评估，大家可能

1 演讲时间：2013 年 11 月 7 日。

也关心“舆论场”的事儿，然后再说舆论的变化以及中国舆论的大环境是什么，再把中国跟世界的关系跟大家做一个交代。我希望我讲得短一点，然后迎接清华学子提出的最尖锐问题的挑战。

我们是谁？

今天谈的“我们”，就是媒体，就是新闻从业者。简言之，中国媒体也是“双轨制”，一类是主流媒体：《人民日报》、新华社等官方的很强大的主流媒体；另一类就是我们这种市场上生存的媒体：《环球时报》——人们认为是亲官方的媒体，其实我们的身份跟《南方周末》是完全一样的。我们是《人民日报》下属的一个媒体，《南方周末》是《南方日报》主办的一个媒体。《南方日报》是广东省省委机关报，《人民日报》是中共中央机关报。我们都是党报下面的子媒体，但是两家报纸有不同的价值观，所以出现了很多分歧，但都属于一类，都属于市场化媒体。现在主要是官方主流媒体和我们这种市场化媒体，这是从中国媒体的类型上分析。

从政治倾向上来说，也可以分为两类，第一类就是以南方报业，如《南方都市报》《南方周末》为代表的批判性媒体，而且它们是领头的，后面跟着一大群媒体。这种媒体情况是怎么形成的？大家知道，20 世纪 90 年代初的时候，《南方周末》开始异军突起，当时我们都是它们的忠实读者，觉得它们是当时中国最好的报纸，确实它们开了中国媒体的批判之先河，与官方进行不妥协的对抗性的批判，而不是建设性的批判。比如开会，虽然是群众路线会议，在提意见前面还要表扬几句，不然会就开砸了。但《南方周末》上来就是真批评，并且不留余地，开了这样一种批判之先河，让人耳目一新。于是《南方周末》发行量猛增，广告猛来，一下成为一个市场化成功的典型。那是在中国都市报成立的一个大潮中出现的一个典型，它给了大家一个榜样，就是要批判。批判你可以有发行量、有影响力，而且能有 money，有利益。所以，一旦能挣钱，有发行量，这个对大家的吸引力是巨大的。所以，都市报的这种批判对大家有双重的吸引力。一个是价值观的吸引力，做新闻媒体的都不愿做过去那种“表扬无底线”的记者，都愿意批判，来显示自己的存在，这是一种新闻的价值观，这就是一种吸引力。第二种吸引力更实在，就是能挣钱。1996 年我从南斯拉夫回国，认识一位女记者，她从《北京青年报》跳槽去了《南方周末》，当时她的月收入就 1 万多块钱，那时候我们也就挣个几千块钱。但有意思的是，十年过去了她还是一个月挣 1 万多。

于是，在南方报系的带领下，都市报一下子起来了，揭露各种社会现象，刚开始是社会新闻，然后出现一些对政治的批评，甚至形成了“批判竞争”。因为这个市场也是有限的，不能都是批判的旗手，有一个举旗的，旁边就得有一帮摇旗的。但谁都想当那举旗的，不想当那摇旗的，所以老的批判者要继续把持自己的权威地位，而新的批判者希望“青出于蓝而胜于蓝”，所以形成了非常激烈的“批判竞争”。

大家知道，在中国什么事情只要竞争起来就好玩了，所以就逐渐把批判推向了一种极端，批判开始变味儿了，很多人开始为批判而批判。而在这当中互联网兴起了，批判在传统媒体跟互联网之间又开始了竞争。最大的赢家是微博，所有的媒体最后批判都批判不过微博。在微博上谁都可以公开骂，谁都可能被骂。我经常被骂大家都知道，我的待遇还比较高，有人说：“给胡锡进在天堂上留块儿华表。”什么都可以骂，但这在传统媒体上还不行。所以传统媒体全被微博主导了，大家都跟着微博跑，因为传统媒体还有一定的管理。

但这种批判也逐渐走向极端化，一些媒体和大V只批判不说别的，他说的每一句话全是批判，全是义愤填膺、怒发冲冠，但生活中他完全不是这种人，有说有笑、谈笑风生，但只要一上媒体，立刻一种悲愤的姿态就出来了。社会赋予了他一种角色嘛，他必须这么干，否则社会不接受他。

“南方报系”形成了一极，然后在这当中还有另外一极，就是党什么都是正确的，国家什么都是好的，全都是表扬，正面宣传。这是另外一极，这种媒体大家比较熟悉。后来又出了像《环球时报》这样的媒体，我们试图站到一个中立的位置，我说的是我们“试图”站到一个比较中立的、比较客观的位置，创造了我们自己的语言，什么话题我们都能说。比如明天记者节，我们就将为记者抱怨，说社会对我们记者的许多批评也不完全都是公正的。这样的社论在《人民日报》上发不出去，但我们《环球时报》就能出。

另外，做记者得有合理的薪酬体系、可预期的升职空间，还得有社会尊重吧，我们可以说这些话。当然我们不能否认，即使我们记者很困难，新闻媒体还是在中国社会上起了很大的作用，实事求是地说我们是改革的推动者，整个中国记者群体和媒体都是为中国改革提供思想和动力。新闻媒体也是中国改革的一个试验区，需要不断调整，社会应该要关心记者这个群体，要支持这个群体。记者的面貌、中国媒体的面貌就是国家和社会面貌的一个关键性的组成部分。

这就是中国媒体的一些现状。我觉得中国媒体现在出了问题，说到底就是没有弄清楚“我们是谁”的问题。现在有一些新闻媒体和从业者受西方价值观的影响太深，认为中国的媒体应当完全学习西方。好多外国人来问我，你将来能不能办成中国的某

某报。我跟他们说，《环球时报》不可能办成中国的《华盛顿邮报》或《纽约时报》，绝对不可能，因为中国的政治体制跟美国不一样。中国的媒体说到底是中国政治体制的一个外壳，我们绝对跳不出中国的政治体制。如果媒体完全变成《纽约时报》《华盛顿邮报》，那中国政治体制就变了，中国就变成美国了，政治上就变成美国了。如果像西方人期望的那样，媒体去鼓吹轮流执政，那也必须《宪法》规定轮流执政才行，如果媒体只是自己在墙根嘟囔，那就毫无影响力，没人理你。而像《环球时报》这样有影响力的媒体绝对不可能发表这样的言论。

西方的媒体是在西方的政治体制下跟着西方社会一步步发展起来的，刚开始可能没这么自由，然后逐渐自由，反反复复地折腾。它跟西方社会、政治是量体裁衣的关系。而中国的现代媒体业是从西方学来的，互联网也是从西方学来的。我们从西方拿来往中国身上一套，发现袖子长了，就得根据中国的现实进行改造，这种改造是一定会发生的。你或者去适应它、引导它、与它同行，或者你被迫接受，只有这两条路，不会有第三条路。中国的政治体质跟西方不一样，美国媒体可以写“布什下台”“赶走共和党”，它是符合美国《宪法》的，美国《宪法》就是规定轮流执政的，然后美国媒体帮助社会来甄别“轮换”的速度和对象。而中国媒体不可能与党和政府对抗，那是对抗《宪法》。把共产党赶走，这个社会就乱了。所以我们必须认清“我们到底是谁”，就是我们中国媒体必须做一个对国家有利、有效推动政治进步、维持社会和谐的一支建设性力量，媒体必须扮演这样的角色，否则就会被边缘化。

世界是谁？

这就牵扯到，我们这个世界到底是什么样？中国到底是什么样？首先，我们先来讲讲“世界是谁”。现在很多人也说，世界已经一家了，美国总统在关心中国人民，在关心中国的人权。很多人认为美国政府对中国社会利益的关心要高于中国政府，比如，拜登到中国来吃炒肝儿，而中国官员吃豪华宴。他用一种平民化的方式，即使是作秀也作得很高明，中国确实需要学习。但觉得拜登比我们的领导人还要关心中国就有点悬了。下面我们来剖析这一点。

清华的学子一定要对“大势”——这个世界在发生什么——有所了解，我们必须看到这个世界是什么样的。首先，它是个无政府主义的世界，它是由很多民族国家组成的世界，并不存在一个超民族国家的政府来协调、统领各个国家。联合国就是一个

协调机构，连美国议员都公开要求，联合国要服务好美国。所有的国家都要追求自己的利益最大化。利益怎么最大化？我用全世界的资源，把全世界变成我的市场，然后我最强大、我最安全，我的军队比你的军队强大。而且在所有利益中，安全是第一的，安全高于一切。所以国家有钱了，都要发展国防和军队。我们生活中可以谦让，这个人就是好人；你特别好斗就是坏人。但是在国家层面上，在核心利益上，就要锱铢必较，寸土不让。

其次，这个世界是大国主导的世界。这个大家都明白，我不多讲了。

再次，这个世界是大国顺序变化的世界。就是这个世界的稳定需要大国顺序的稳定。世界本来老大、老二、老三很清楚，十几年前中国是老八、老九，经济还不如意大利，结果一转眼、十几年的时间，中国的 GDP 一下变成了法国、英国和德国的总和，是日本的 1.4 倍，而且据说再用十几年可以成为日本的 3 倍。所以，这样一变化大家就有点受不了了，国际秩序就不稳定了。

最后，这个世界是全球化的世界。全球化也是一种变化，最终会带来什么后果还不清楚，但依然是很重要的变化。什么是全球化？当年中国奥运圣火在法国熄灭，中国抵制家乐福。家乐福的中国员工感情就复杂了，既要忠诚于家乐福，又要忠诚于自己的国家，两方牵扯的利益就变了。这很正常，而且只是在最浅的层面。接下来是信息全球化、价值观全球化，你会发现在一些重大的问题上发生了变化。在每个第三世界国家中都会出现这样一批人，因为西方强大，所以一旦发生冲突会有一批人支持、认同西方的价值观，当然，在任何社会的主流还是国家利益在起决定性作用，我走遍世界看到很多国家都是这样。在那些国家里，政治斗争一般都有两派，一派是国家的主流派，坚持国家利益，被说成是民族主义的那一派；肯定还有一派是亲西方那一派，站在西方一边，跟西方走得比较近，西方支持它们。这两派形成斗争，有时候亲西方的一派在某种情况下也有可能上台，但往往上台不久就被迫下台，当地的那一派又上台。所以，这种价值观全球化的影响更为深远，带来的问题也是深层次的。

中国是谁？

下面我们讲讲“中国是谁”，具体来说，在这样一个大的环境下，在这个真实的世界，中国是个什么样的国家？第一，从历史上看，你会发现我们中国现在是一个“快速崛起的大国”。世界上快速崛起的国家很多，日本、德国、韩国、新加坡……但谁快都没

有中国快。我 1993 年出国，那时改革开放已经十几年了，我的月工资是 190 美元，加上熬夜写稿补贴一共 295 美元。现在我妈的退休金 400 美元，这还是北京最低的退休金。中国迅速崛起了。快速崛起都见过，但没见过像中国这么快的。

我主要强调“大国崛起”。最近的一次就是 20 世纪上半叶苏联的崛起，但苏联的辉煌持续时间不长，在 20 世纪末最终走向解体。中国现在崛起了，中国有多大？从西方政治学角度来看，中国的大是无穷大。政治学起源于欧洲，最早是对群体行为规律的总结，即千万人口的国家的发展规律的总结；美国、苏联崛起之后，研究对象变成了人口以亿计的国家，而现在中国 13 亿人口对西方政治学是无穷大，是难以测量的，所以中国之大超出了西方政治学的想象力。

以传统政治学的标准衡量，美国已经很大了，以它的经济规模已经无所不能，“旅行者一号”已经飞出太阳系，飞向银河系了。美国可以想打谁打谁，可以在两个小时之内对世界任何一个地方发动攻击，所以全世界都处于美国的威慑之下。美国以它目前的经济实力就能做到这一点。那么，中国再发展会是什么样呢？中国的经济从前景上来说，再有十几年就能赶上美国今天的经济规模，再过 30 年很有可能是美国的 2 倍。那再过 50 年、60 年，从理论上说达到美国的数倍是理所应当的。就算中国发展没有那么快，过个三五十年人均 GDP 也能达到美国的一半。

华为十几万人，有七八万科研人员，四五万服务、销售人员，生产人员可以忽略不计，几千人。华为每年跟通信有关的专利全世界排第一，拥有世界最大的研发团队，它们现在的目标就是击败美国。美国真怕了，因为华为的很多技术已经超过了思科，而且它们做芯片的技术也非常强。还有“三一重工”也很厉害，10 年前的销售额是 20 个亿，现在 800 个亿，仅仅 10 年的工夫是多么大的飞跃。智利矿难救援用的是“三一重工”的机器；日本福岛核电站救援使用的吊臂用的是它们的产品。中国的高铁已经是世界最先进的了，连美国都要进口中国的高铁技术。有人说中国的发动机不行，结果我去广州“广汽”一看，发动机非常先进，已经是中国的自主知识产权。当然目前中国还有很多尖端技术不行，但总体来说，我们进步很快，中国的发展趋势还是很迅猛的。

设想一下，一旦中国的 GDP 是美国的 1.5 倍，那中国会干什么，会怎样运用自己的经济实力呢？按照政治学的道理，所有人都会把自己的力量变成自己的权力。但中国老说，我们绝不做世界超级大国。外国人不信。中国到底会做什么？所以我们要认清自己的角色：快速崛起的大国。

中国的发展动力来自哪里？来自民间，老百姓想要房子住得更好点，车开得更好点，医疗得更好点，大家都在要求全民医疗，要求南方冬天供暖。所以，当这些问题解决

的时候，中国的 GDP 不就自然增长了嘛。这个是老百姓要求的，中国发展的真正动力来自民间，就是习近平总书记说的“中国梦”，来自中国人过美好生活的愿望。

等我们有钱了，自然会拿出一部分钱来装防盗门、做保险柜、雇保镖。国家也是一样，一旦有钱了一定会拿出一部分钱来建军队，所以中国的军费连年增长，甚至有“报复性增长”的趋势，因为邓小平时代为了发展经济，军费增长曾暂停了一段时间。中国军费已经是俄罗斯、日本、印度的总和。未来中国的军费还要涨，用不了多少年就会达到 3000 亿美元，即美国军费的一半。所以这个世界会担心，日本会害怕，所以它说，假如中国无人机对日本飞机产生威胁，就考虑击落中国无人机。所以，中国要断然进行反击。越南更怕，越南康熙年间曾经是中国的安南省，如今跟中国争南沙、西沙群岛。土地是一个国家的核心利益，连俄罗斯人都说，中国土地面积虽然很大，但没有一寸是多余的。

第二，其他国家担心，中国的崛起威胁到它的利益。它觉得中国发展了，需要的东西多，中国人能吃，所以世界粮食价格上涨；中国人开车，光北京就 500 万辆，石油价格上涨。中国要从世界进口煤、石油，中国的粗钢、水泥、化肥的产量都是全世界 50% 左右，光河北省一个省的钢产量就超过美国全国的钢产量。为什么雾霾严重？就是因为我们发展太快，水泥、钢材、电解铝……都是高污染。现在中国到底需要什么？我们需要蓝天白云，还是兜里的钞票？我觉得我们需要这两者之间的一个平衡。你绝对不是光需要蓝天。如今人们都来中国，都奔钱来。这就是目前的中国，我们需要的太多，所以什么东西都贵。我们《环球时报》摘译过各国媒体上报道的一些“八卦新闻”，比如中国修桥、盖房子都需要钢材，有一段时间中国钢材用量猛增，而伦敦的井盖儿纷纷丢失，英国的报纸报道，经查全被装上了运往中国的泊轮上；中国人还爱吃一些怪东西，加拿大报纸说中国人爱吃海龟，结果造成加拿大沿岸海龟纷纷不敢爬上岸。

各国对中国人的恐惧还因为我们特别勤奋。不少国家法律规定，商店、饭店每周必须关门一天，让员工休息，南斯拉夫星期六上午只允许面包店开门，周六、周日一家人可以在幽静的小船上待两天，中国人肯定不行。我觉得欧美人和中国人真不是一类的，欧洲和北美那是好山好水好寂寞，中国是很脏很乱很开心。我们中国人特勤奋，造成别人不舒服。中国人到外国开店一般都喜欢开 24 小时店，懒一点的也起码是 Seven-Eleven。现在逼得美国麦当劳都有 24 小时店了，所以现在欧洲也在变。反过来看，他们觉得中国人侵犯他们利益了。

第三，是中国的意识形态跟西方国家格格不入。这个我也不展开讲了。

第四，它们觉得中国是个充满不确定性的国家，这有一定道理，我们也觉得未来

有一定的不确定性。

最后，我想强调一下中国是世界第二大经济体，这是现实。我们的 GDP 是德国、英国、法国三个国家的总和，我们往前走得很快，现在到了世界第二，这个“老二”的位置很难做，无论对人还是对国家而言。从世界范围来看，第二是个非常敏感的位置，全世界的矛盾都向你集中，老大压你，下面的人嫉妒你，周围会是“围追堵截”，你需要有足够的智慧才能生存下去。中国在世界上也是一样。但是我们没有退路，想停停不下来，老百姓想过好日子，推着国家往前走，而且越往后我们面对的压力会越大。你看现在日本像疯了一样跟中国干，原因就是中国超过了日本，日本从上到下都有一种危机感，加上“钓鱼岛”事件一下把危机感激发出来了。下一步，奥巴马还在喊“美国第一”，但有一天中国 GDP 能达到美国 80% 左右，你看他们会多着急，那时候的压力会比今天大得多。而且美国跟过去不一样，中国过去封闭的时候美国是没有杠杆可以撬动中国的，但是今天不同了，中国国内的很多不满，会和国外的很多力量形成自然的、合法的联合。现在就经常这样，我们国内很多声音跟国外的那些所谓“敌对势力”的声音是完全一致的。为什么呢？这就是因为全球化时代的非常复杂的国内外矛盾的互动，这使得国家面临着一些前所未有的风险。

对于中国来说，我们能不能再上一个台阶，取决于很多内部和外部因素。外部因素中最显著的是中、美之间可能发生的竞争或冲突。一种是意识形态层面的，但还有第二个层面的冲突是地缘政治的冲突。地缘政治这种概念在老百姓中间感受不到，往往会把中、美之间的冲突完全当成是意识形态和价值观的冲突，但实际上不完全是这样。地缘政治层面的冲突会更加激烈。美国政治学家米尔斯海默来中国时专门接受了《环球时报》的专访，他就断言，世界大国最后必定是敌对关系，中、美之间一定会发生冲突。但令人欣慰的是，两国领导人达成了共识，中、美要寻求建立一种“新型大国关系”，希望能够避免恶性的冲突，走向一种良性的解决矛盾之路。

内部因素当中比较显著的是制度变革。西方好的东西中国人都学过来了，比如市场经济、民主的概念。虽然中国没有搞西方一人一票，但民主的核心内容中国逐渐学来了，比如，听取老百姓意见，决策机制（变革）：听大家意见。前两天我听刘鹤的报告，说了中国五年规划（如何制定）的流程，要用一年的时间，参与者是 6000 多人，这还是在北京地区、中央层面的参与人数，一次一次修改，一次一次提意见，全国各地估计有 2 万人参与规划的制定，这实际上是一种民主决策的过程。

很多人都说，中国应该搞美国式的民主自由。中国搞得了搞不了？大家有没有面对中国的实际？我认为，中国今天的现实搞不了一人一票，确实搞不了。

波黑在长达数年的紧张关系后突然因为一件小事开了枪，大家纷纷往自己的民族聚居区跑，都没来得及回家找一身衣服。战线在几天之内在萨拉热窝市内形成。我去那儿当了三年记者，当时的情况是：一个小区里，一号楼是穆斯林的阵地，二号楼是塞尔维亚人的阵地，两栋楼之间能有多远？楼内朝向交火线的一面架起机关枪打，背向交火线的一面住人。一楼是机枪主阵地，我和当地人吃饭，机枪突突响，我们的盘子就突突跳，这就是战争。还有更绝的，比如一号楼里一单元是塞尔维亚人的，三单元是穆斯林的，二单元给炸了，就是交火线穿过的地方。我觉得任何一个政府，任何一批政治人物都没有权利让他们的人民付出这样的代价。一些政治人物就是为了他们自己的利益相互争执，把自己的国家推向了分裂和战争的深渊。萨拉热窝曾开过冬奥会，我到奥林匹克主体育场采访时，那里现在成了坟地，前面的大草坪全都是坟墓，一个个小木杆插着，那是 1993 年的夏天，战争就是那样残酷，所以中国绝对不能走向那一步。我们能不能经历住这样的考验？我们国家在成为世界第二大经济体时会面临种种诱惑、种种压力和种种问题的冲击，我们能不能闯过去？我祝福这个国家，我们这批人逐渐走向幕后了，要离开舞台了，将来就靠同学们了。到我 80 岁的时候我希望我能领到退休金，而不像我在南斯拉夫看到的那些场景，那里很多人都没有退休金，因为国家分裂了，钱存在银行里全成了一把废纸，恶性通货膨胀，一天之内货币贬值一半，最大的币值是 5000 亿第纳尔，可以买一包爆米花。所以我坚信中国不会有那一天，我们中国能扛得住各种压力，经受住各种考验。我衷心祝福我们的国家越来越好，也拜托同学们这一代能把未来的中国领导好、建设好。谢谢大家！

提问环节：

问：除了我们需要反对的，我们到底需要坚持什么？

答：首先我要说，我们应该坚持什么，我不是一个理论家，这需要一个理论家来把这些东西说得很清楚。但我也认为，该反对什么，这一点也是很有价值的。联想的总裁杨元庆，有一次我们在一起吃饭，他说，很多人都在规划我们要做什么，这很重要，但是同时也要知道我们不能做什么。你要把你不能做什么一定要搞清楚。同样道理，媒体也有责任让老百姓知道我们不能做什么。我年轻时也热血沸腾，上过街，但是后来思想就逐渐转变了。因为我们看到了苏联，看到了东欧。我们看到了中国和它们的反差。我的导师是莫斯科大学的教授，20 世纪 80 年代初去苏联留学时，在我眼里他就是一个富人呐。但是 20 年之后我们调过来了。就算没调过来我们也和他拉平了。过去我们的记者和他们怎么比？现在我们堂堂正正地

站在他们面前，因为我们的收视率不比他们低。我母亲的退休金比莫斯科给我开车的一个司机高一倍。我母亲也是工人。我父亲的退休金比捷克的一个大学教授要高。他是一个会计。所以我觉得，中国成功地改变了自己，所以我们要坚持下去。不少人喜欢纸上谈兵，就我刚刚说的，我们能做到一人一票来选举吗？我刚才给大家推演过了，现在做不到。一位资深的美国记者朋友跟我讲，共产党凝聚了中国人民，有共产党在才有中国，没有共产党在中国就没了。共产党要现代化，但是绝对不能削弱共产党的领导力。这是他告诉我的话。一个老的记者，和中国有点儿感情的人，在中国待过几年。所以我想说，我们先要搞清楚我们不能干什么，这是很有意义的。

但是我们要干什么，我可以肯定地告诉你，要干什么，我们现在不是很清楚。整个中国不是很清楚，要根据我们今天的实际逐渐摸索，要对中国利益最大化，对人民和社会有好处，我们就去干那件事。比如，民主是不是好东西？是好东西。那我们就去学啊。但是学，别把自己学翻了。是不是这个道理？是不是应该坚持的原则？比如，人权是不是好东西？是好东西，所以我们要不断地发展人权。但是大家要求的别太过分，别弄得中国社会承受不了，别搞得高福利社会把中国社会搞垮了。是不是这个道理？

军事上讲“沙盘推演”，这个世界到处都是中国的“沙盘”。埃及是不是中国的沙盘？俄罗斯也是中国的沙盘，巴西也是中国的沙盘，韩国也是中国的沙盘。是不是？我们要博采众家之长。但是到底该怎么做，我们要自己说了算，不能让别人说了算。我们得有主心骨，这就是我们竞争的核心。需要摸索。你们到印度瞧瞧去，新中国成立的时候和印度是一个起跑线的。好多地方还不如人家。现在怎么样，中国的人均 GDP 是印度的 4 倍。咱不说别的，人口差不多吧。印度 11 亿人口，中国 13 亿人口，印度很快就超过咱们中国了。可是，印度的发电量是中国的 1/5：中国 11 亿千瓦，印度 2 亿千瓦。印度的贫富悬殊问题也很突出，如果在印度，你们这批清华学子可能就是这些富人。我去过一个印度名记者的家，他可以雇三四个老妈子。但这就是社会不公平的表现。在北京你雇得起三四个吗，清华教授也雇不起吧。所以前几天，北大一位教授到《环球时报》来讲课，他说为什么现在一些教授，老是鼓吹民国时代，说那个时代繁荣，他们是怀念那个时代腐朽的生活方式。因为民国的时候北大教授都能雇一堆的老妈子。现在他们雇不起了，和老百姓一样了，就是这个道理。

问：您怎么看待外宣的口径比内宣的口径大很多的问题？另外您对中国媒体言论自由的现状满不满意？

答：作为媒体人，我当然是希望中国言论自由更大，谁都希望说话可以随便说。说今

天这篇稿子你不能登，我能满意吗？登了一篇稿子后批评我，让我写检查，我能满意吗？所以媒体人的心态是相同的。但是呢。这又是一种现实，是中国舆论的现实。西方社会的基础是三权分立，它的基础就是社会内部有很多利益集团，这些利益集团进行对抗，社会鼓励，允许和协调它们之间的对抗。当它们对抗谁也斗不过谁的时候就实现一种平衡，这就是西方社会组织政治上的一种基础。而中国社会的基础是一种和谐，我们生活中也不鼓励大家特别激烈地冲突。我作为总编辑，要任命一个编辑部主任，我不能把人选直接就捅到社委会上讨论表决。我要跟方方面面的人事先沟通商量，大家达成了初步的共识后再上会讨论，这就是中国社会的现实。你说让我们改变成另外一个社会，我看不那么容易。谁都希望言论自由，这是一种理想化的境界，但是现在的问题是，如果言论绝对自由了，什么都可以说了，国家和社会承受不了，这只是一种理想化的境界。我跟大家说，中国共产党是中国的领导力量，这是《宪法》规定的。这个《宪法》是很多人流血牺牲打造出来的。大家都学过近代史，还记得宋教仁的例子吧？我就不细说了。为什么共产党能获得人民的支持，最终建立了新中国，那也是历史的选择。它那么弱小，居然能打败国民党，解放全中国，它有一种历史的必然性选择在里面。中国历史已经做了一次选择，咱总不能隔两天再来一次吧。那咱就光折腾了。唐朝宰相魏征说，玄武门事变以后，唐太宗上台了，这规矩得建立起来了，不能老出玄武门事变，老百姓哪受得了，所以有了后来的“贞观之治”和“开元盛世”。

现在也是一样。中国得不断往前发展，国家得保持一定的稳定。社会得有承受力，有各种各样的不同意见和反对意见，社会得能承受。如果这种意见出来了以后社会能够承受，那就没关系。当社会承受不了的时候那就不行。我上研究生的时候，参加过一些民主论坛。最崇拜的是科拉松·阿基诺，就是现在的总统阿基诺三世他妈。当时我们觉得她在菲律宾实行民主，很了不起，中国应该学习菲律宾。现在回过头看，幸亏当时没学菲律宾。中国这些年不断往前发展，而它们基本上还是原地踏步。

所以，我想大家会随着年龄的增长慢慢理解，理想成为现实是一个不断实践的过程。要朝着最好的去，我们心中装着最好的东西，但要考虑我们能不能走得过去。也许你走不过去，你就被迫拐弯儿了。我们能做多少做多少。我们要民主，我们要言论自由，我们越来越民主，越来越言论自由，但是它一定是螺旋上升的。我做媒体对这一点感受特别深。十几年来我们经常挨骂，但还是在朝前走，是螺旋上升的。

问：现在《环球时报》的面孔是您说的理性爱国主义也好，民族主义也好。最初叫《环球文萃》的时候不是这个面孔。这个面孔的形成是你们编辑部灌注的价值观，又

有多少是当时的市场只有南方报业这一种声音。国家利益至上这种声音会非常吸引眼球，带来您说的更多的 money，这两个权重各自有多重?

答：我觉得各种因素都含。它是个各种各样因素博弈的结果。但是，一个非常重要的一点是，《环球时报》和国家利益是密切相关的。我们愿意实事求是，推动中国进步。我们的出发点是做一家爱国主义的报纸。爱国主义在市场上也是有吸引力的，发行量越来越大。发行量大了以后你的责任就大。你的影响力越大，你的责任就越大，所以你就要更多地忠实于国家利益，就会做些相应的调整。比如，一开始我们小报上的内容更多一点，当时也不成熟，国家也不成熟，我们也不够成熟。但是逐渐成熟起来，大幅增加了社评和观点的文章。我觉得这是一个非常复杂的互动的过程。你的发行量和影响力越大，社会对你的塑造力越强。你对舆论的塑造力越来越强，反过来它对你的塑造力也越来越强。所以我们也要接受社会的监督。比如说我们现在写篇社评，只要写错一句话，那互联网上就骂你。比如，我们登过一篇评论，题目是“媒体要做国家利益的看门狗”。这篇文章不是我写的，是一篇约稿了，结果互联网上就炒起来了，直到现在，我还被骂“老胡是国家利益的看门狗”。

录音整理：关涔、杨轶、齐心竹

校对：赵涵漠

第十八讲
加强中国媒体的国际传播能力建设：问题与对策[1]

◎ **严文斌**

高级记者，现任新华社国际新闻编辑部主任、全国记协、中国国际公关协会和中国国际友好联络理事与联合国教科文组织全球新闻教育改革中国专家组成员、国务院政府津贴专家，1988年以来长期从事对外传播实务和理论研究，参与组织过香港回归、澳门回归、世界妇女大会、中共“十四、十五、十七大”“两会”、APEC会议等重大报道。曾任新华社对外部记者、发稿中心主任，新华社上海分社副社长、总编辑，上海证券报社社长、党组书记，新华社对外新闻编辑部主任等职。

大家晚上好，来到清华觉得特别亲切。史老师给我发出邀请以后，我就一直在考虑，到底讲什么比较合适。后来我想了一下，无论是博士还是硕士，我们毕竟学的是新闻传播，从业的经验和方法还是很重要的，所以我今天尽量多讲实务，多讲问题，多讲对策。

加强国际传播能力建设的由来

大家都清楚，国际新闻舆论场上西强我弱的问题近期内是难以改变的。有人提出，要扭转西强我弱的发展态势。我不同意这个观点，因为以我们现在的综合国力和国际影响力，我们很难扭转，扭转是吹牛，做不到。所以我提议改为“遏制西强我弱的发展态势”。这个提法比较符合实际，是实事求是的。

最近我参加过中央党校的一个国际研讨会，英国驻华大使吴思田跟我一起吃饭。他告诉我：我现在没法形容我到底有多忙，但是我能告诉你，我的老前辈，就是中国

1 演讲时间：2012年11月1日。

和英国刚刚建交时的那个大使到底有多闲。这证明那时的中英关系，实际上不是说有多么坏，是没有什么事情可以处理。

但是现在，不要说像英国这样的大国，就是一个很小的拉美国家，驻华大使也是忙得不可开交。我跟大家讲这个是为了说明，中国现在与世界各国的关系都非常紧密，事情非常多。所以就要加强自身的国际传播能力建设。

国际传播能力建设到底是怎么来的？大家回想一下 2008 年，那一年年初的时候发生南方冰雪灾害，国际媒体就开始关注，然后 3 月发生了“3・14 事件”，5 月发生了汶川地震，之后又发生了我们的奥运火炬在国外受阻。实际上在北京奥运会开幕前夕，中国已经成了国际新闻舆论的热点。

我形容北京奥运会：穷人的盛宴，富人的诱饵。什么概念呢，就说我昨天很穷，昨天你还看不起我，我现在突然赚了一大笔钱，我想请在座的各位都上我们家去吃饭。我肯定做得很好，但是你们在座的各位肯定有位不给我面子，一会告诉我，老严你的饭我一定要去，过一会儿又说我实在是太忙，可能还有别的事，可能去不了。我又着急，特别是我好不容易第一次请吃饭，史老师就说来不了，然后其他老师也说来不了，有头有脸的都不来，然后我着急，过一会儿他又说要来，我听着挺高兴的。你看看萨科齐、布什都是在这个过程中间给我们出了很多难题，这就是我作为一个“穷人”办了一场盛宴。

“富人的诱饵”是什么呢，当奥运会给了中国以后，这是一个西方人的游戏，给你东方人来玩，它的目的是什么呢？目的是改变中国，通过奥运会来改变中国。所以刚才讲的 2008 年发生的一系列事件，对西方来讲是千载难逢的机会，这一年不搞点动作，很难再有别的机会。2008 年年底召开十七届三中全会，讨论“三农”问题。但中央领导同志在这次会上增加了一个议题，提出了增强国际传播能力建设的问题。大家回顾了那一年发生的所有事情，认为我们的传播能力非常弱。所以这就是国际传播能力建设的由来。

问题与对策（1）：无事生非

那么，如何加强中国媒体的国际传播能力建设呢？我先从反面来讲八个问题，或者说再严厉一些，叫“硬伤”，然后再结合新闻实务从正面的角度来提出解决的对策。简单地说，国际传播的硬伤之一就是“无事生非”。什么叫无事生非？大家都是新闻学

院的硕士生、博士生。新闻是关于新近发生事实的报道，但是在我们的国际传播中间，“事实”的因素不够突出，结果反而产生了负面的效果，这就叫“无事生非”。

我们大量报道的还是领导活动，加上一些引语，今年讲，明年也讲，再过 10 年可能讲的是同样的一些话。我们做时政报道的一位记者，他是一位非常资深的记者，10 年前，他负责采访领导人的活动。那次活动本来是上午 10 点开始，可他 10 点半还在办公室待着，我们就问他，你今天的活动不是 10 点吗，你怎么还没走啊。他回答说，不用去了，稿子都写好了，给他们看了，写得很好。为什么？领导讲的全都是固定的内容，需要记者整理的，第一，他知道领导今天见谁，会说些什么，因为这些都是套话，第二，他实际上没说什么，因为他说的都是客套话，把它整理好了以后，很像一篇新闻稿。这就证明一个什么问题呢，这些套话在某种程度上讲，已经成了约定俗成的东西。

我辅导过一些学生，准备报考新闻专业的研究生。我让他们在网上把国务院新闻办的新闻发布会全部看一遍，看完以后做一件事，挑其中的五个新闻点。即你认为在这次新闻发布会上发布的新闻中，你觉得应该对外发布的。当然这个对外发布的不一定是对国外。你找出五个点，五个点就是五个标题，当然你可以写出一个或两个导语，但是你没有必要写完整的新闻。因为你抓到了这个标题，就抓到了新闻点，抓到了新闻点，你就掌握了大家的关注，如果你没有抓到新闻点，你写得再好，写成散文，写成唐诗估计也没人看。这就是我给大家提出的要求。所以，熟悉这些要求以后，可以自己做训练。怎么训练呢，选出五个标题，或者写几个导语，完了以后，再与我们在网上看到的新华社、中新社、中国日报社，同样发出的新闻稿件，去对比。对比一看，我作为新闻学院的研究生，这个新闻点我怎么没关注到，或者说他这个点还不如我的。

我给大家举个例子，上个月有一条消息，讲的是国务院常务会议讨论通过能源发展“十二五”规划，再次讨论并通过核电安全规划和核电中长期发展规划。这是我们对外部的英文记者写的一篇稿子，被我批了一通。大家看一下我为什么批他。首先，这些规划是新闻吗，是新闻，但是也没有告诉你们到底是什么，对不对？我换一个标题，中国通过“十二五”教育发展规划，你听到感觉很振奋吗？你们一点也不振奋。大家看一下，哪个标题你认为抓到了新闻？大家都觉得，《中国日报》《新京报》，都可以，都比新华社的好。为什么呢？大家知道，为什么在这个时候发展核电？换言之，新闻点在哪里？因为在去年日本福岛事件以后，我们暂停了我们的核电规划和核电建设。在这个福岛事件之前，我们有一个庞大的核计划，这个核计划既有沿海的，也有更多在内陆的。我的家乡在湖南，在内陆地区。在我们老家北边 50 公里，和南边 50 公里，都分别有一个核电站正在建设。其中有一个已经花了 40 个亿了，大家想象一下，这条

新闻谁感兴趣啊。“只在沿海地区安排核电项目”，这个标题就是把大家所关注的新闻、业内所关注的新闻、地区所关注的新闻、老百姓所关注的新闻，全部都告诉大家了。好了，我们家不会再害怕了。当然，也有的人会说，完了，我们家经济发展又滞后了，40亿不再投了，这都是大家最感兴趣的。我们作为记者的职责是什么呢？就是必须把最新的事实，把大家最感兴趣的事实传播出来。而不是如同传播一些千篇一律的套话。

在传播过程中间，我还提出一个观点，就是要一事一报，而不是面面俱到。比如，中国努力提高中西部妇女儿童保健水平这一类的稿子，我为什么把它否掉了呢，因为不会让受众感兴趣，不会吸引你的眼球。包括“规范口腔保健”，包括“加强留守儿童管理”，这些都是非常宏大的题材。如果在一篇非常宏大的稿子里面，挑出一件事情，只要挑一件事情，马上就能吸引你的眼球。所以在新闻的传播过程中，一定要坚持一事一报，而不是面面俱到。

在传播过程中，还有一点，要先发制人，特别在时效方面，作为通讯社来讲，我们一直把时效视为生命。如果我晚了1分钟或10分钟，那么媒体可能采用谁的稿子呢，会采用路透社的、美联社的或者是中新社的稿子。长期这么做，大家就不再订我的稿子了，那我这个通讯社就完蛋了，可能就彻底破产了。所以我们一直把时效作为我们的生命。但是，特别是现在这个时候，通讯社的模式受到了互联网的挑战。比如说，原来开一个重要的大会，新华社记者一个上午要写8篇稿子，写完中文又写英文，但是报社的记者呢，可以优哉游哉，反正是晚上截稿，20点之前那是非常早了，然后21点照常睡觉。但对我们来说是越快越好，必须第一时间把稿子发出去。

现在，我们的传播受到互联网的挑战，这种情况下，我们有一个严格的规定，与中央的几大媒体，与国外几大媒体做比较，如果在这几大媒体之前发稿，就可以获得高额奖金。有时候发一篇稿子就可以赚好几千块钱。这个就是时效。但是在过去，我们就有点难了，发生事件以后，要请示，要汇报，等到审稿返回到我们这儿，两三天已经过去了。

再说说汶川地震。5月12日下午，我在办公室开会研究奥运报道。在14点38分的时候感觉到一种晕厥，我可能这段时间太累了，也不好意思告诉人家，然后我还故作镇定继续开会，再过一分钟，我的同事喊道，地震了，他这一嗓子，我才知道刚才不是生病了，确实感觉地震了，赶紧把门打开，跟着人群从楼梯往下走。当我走到第五层的时候，新华社的发稿中心在第三层，我突然觉得，哎呀，不行，我首先是一个记者，还是对外部主任，我在想把这个稿子发出去再说，然后我就赶紧跑到三楼，我的副主任正在那儿值班，那个副主任在那儿生气，我说，不要气，发生地震了，赶紧

抢发快讯。他一下子愣了，什么事，你是不是生病了，我这什么事也没发生。我说，是真的，所有人都在往下撤，那是不是旁边放炮啊。结果他一句话把我吼住了：这个事情发错了，你要负责任！他指着我的头。我突然想，我负不了这个责任，因为如果我报道北京发生地震，所有的工地都停工了，甚至引发恐慌造成踩踏事件，造成的损失谁负责？我负不了这个责任。在这个时候我坐在座位上，像一个受气包一样，肯定发生地震了，为什么不能发，但是不行啊，我还要确认一下，到底在哪儿发生的地震，到底是不是我一个地方有感觉，所以我就打了三个电话：第一，给我曾经工作的地方——上海打了个电话，他们说有感觉，但是不确定；第二，给中部的郑州打，和北京的感觉一样；第三，给重庆打了个电话。这样中国就全部覆盖到了。重庆的电话说，确实发生地震了，我就赶紧发这个快讯。发这个快讯，因为我没有任何来源，地震专家也没有告诉我，国家也没有发布，我就要保护自己啊，我就发了三个字，北京“有震感”，结果我对了，因为我不知道在哪儿发生地震。这个是稳妥的办法，然后发完这稿子一分钟，地震局的稿子就来了，又救了我。所以，在时效这方面，后来有记者采访我，你怎么这么大的胆子，能够判断？我说，因为我相信两点：第一，信息传播时代，我作为一个新闻从业者，也是研究媒体发展的专业人士，至少知道我这个犯不了大错。第二，我毕竟也是打了三个电话，在最后一刻，即使打完电话以后，我依然用最中立的方式呈现了事实。所以我给大家讲这个事情，是为了强调时效对新闻媒体来讲是非常关键的，同时做一个称职的记者也需要勇气和智慧。

我给我们的记者经常讲“无事”这个问题，“无事”也就是“没有新闻”，最主要的原因是新闻工作者缺乏采访的基本功。很多记者习惯于做“老爷”，没有扎扎实实的采访。所以就不可能获得一手的新闻。我再给大家讲讲我所经历的几个稿子的成稿过程。第一篇稿子，是在 1998 年，我们内蒙古分社记者给我提出了一个标题，这个标题叫“蒙古族与马”，这个像新闻吗？放在网上你会看吗？没意思。后来被我们的编辑给否了。但我突然觉得，首先，20 年的发展，如果把蒙古族与马连在一起，是不是有点可读性？因为马可以反映交通的发展，我原来骑马到北京，骑一个月，现在坐飞机一个小时到了。其次，马去哪儿了呢？没了，到哪里去了？做旅游去了，不再耕地，不再做别的。类似其他所有的事情，我都可以通过马这条线串起来。写了第五稿以后，我还不满意。于是，我星期五晚上飞到包头，去到那里采访。我一直跟年轻的同事讲，作为记者，在非常困难的情况下，采访过程中一定要有想象力，没有想象力，没有事先的设计，就不可能像别人那样找到新闻。我对那里也不熟，怎么办？我跟他们打电话，我明天到那里以后，第一件事是带我到博物馆，他说，到博物馆干什么。我说，我设

想肯定有马鞍，或者说和马有关的展品，那里可以看到历史的发展。看完了以后，我确实发现了很多信息。讲解员说，严老师今天有一位大户人家，把五代人用过的马鞍要送到博物馆，我说，什么时候，他说，今天下午。然后我就一直在等，果然，就发现了一个现成的案例。有现成的案例,同时还要有各种各样的背景材料。这才成就了"中国最大的游牧民族走下马背"这篇新闻稿，并被收入大学新闻专业教材。

第二篇稿子，"中国最高权力机构中的农民代表"。这个稿子怎么来的，我给我们的记者讲，我说你有本事把一个宣传稿写成中国新闻奖，要有这个本事。我这篇稿子写的就是我同一个县的农民代表。县委书记跟我说，严老师你在新华社做记者，能不能给我们写一篇稿子宣传一个人大代表。当时我就设计，一般在采访过程中，我设计 50 ~ 100 个问题，我是这么思考的，作为一个农民代表，他来到北京之前，他见到最大的官是谁，县长他见过吗，他没见过。明天他在跟省长、省委书记在一块，共商国事，他害怕吗？手会哆嗦吗？他做了什么样的准备？他头天睡好了吗？你要问他这些问题。他来过北京吗？肯定没来过，他来到了北京，走上人民大会堂的台阶时候，他是像刘姥姥进了大观园一样，到处看，还是什么都不敢看，埋着头往前走？他和那些领导在一起的时候，他提出了什么样的提案？他这个提案提出来之前做了什么样的准备？他在宣读议案的时候手是不是哆嗦，普通话不标准，怕别人笑话？这些细节你都要问到。你必须想象，你写出来这篇稿子，要准确地呈现"中国最高权力机构中的农民代表"。这就是把宣传变成了新闻，你作为人大代表到底是干什么的，一人一票。从一个普通的农民代表切入，描述他的一言一行，一举一动，从中看到中国式民主的特点。

做记者要善于抓独家新闻，第一，新闻发布会也是可以抓到独家的。在新闻发布会上，我们的记者不善于提问题，也没有问题。一般情况下做好准备，设计好几个问题，所以我和其他部门的同志一起去发布会，我把稿子发完以后，他们领导就批评了，怎么人家严文斌发现了这条新闻，你怎么在同一个发布会上没发现。他后来就问我，我说，你也在场，我也在场，但我设计好了题目。首先，我的题目我都做了准备，我把所有的背景和细节都加了进来。我提完问题以后，可能这个主持新闻发布会的人回答了两句话。这两句话对没做准备的人来讲就没法写稿子。而我做了准备，我采访了专家或是其他对象，我可以写篇高质量的稿子。所以我每问一个问题，就可以写一篇稿子。我还准备了第二个问题,在回答时你们不都听见了吗？等这个新闻发布会结束以后，我再上去找他问第三个问题，你们谁也没听见，就我一个人听见了，这就成了我的独家新闻。

采访中还有一个诀窍。一个人再有名，面对媒体和记者的经验再丰富，他只要一

见到摄像机、见到录音机、见到采访本，肯定会比中央电视台的新闻主播还要一本正经。于是我要求记者，把电脑合上，把录音笔收好，拎着包准备走，然后又回来，坐一会儿，咱聊聊，你是什么地方的人？听你口音是什么地方的人？你学的那个专业，好像是我们清华毕业的。对，我是清华的。哦，你是那里毕业的，好，找到了共同点，在大家交流时进入了一种轻松的方式的时候，看聊得差不多了，再马上回到原来的主题。在这个时候，他可以给你提供干货，讲真心话。这都是采访的基本功。但是，有很多人都丧失了这个基本能力，这是第一个问题。

问题与对策（2）：自说自话与自娱自乐

第二个问题，我为什么定位于“自说自话”与“自娱自乐”。这个我也有亲身经历。在我们的新闻传播中，特别是对外传播中，习惯自己坐在家里作策划。我们的本意是加大宣传的力度，但外国人想，新华社一下子发这么多的稿子，中国是不是出什么事了，这就是我们策划的结果。例如，我们最近加大粮食的宣传力度，发了一系列稿子，外国人会想，中国今年肯定缺粮，不然怎么发这么多这类稿子呢？这就是我们坐在家里自说自话的结果。

1994 年，我从国外带回了一台可以上网的笔记本电脑。当时我在网上看到，在这之前，我们组织过一个报道，美国有个国会议员访华。外国人不了解中国，于是引发各种误解，甚至于曲解，所以我们要想办法，要告诉他一个真实的中国。议员来了以后，我们就给他好吃好喝好招待。他到北京、上海转了转后提出，我想到西藏去，我们答应了他的要求。当时西藏那边没有大工厂，只带他看了一个织袜厂，他非常有兴趣，送了他一双袜子留做纪念。没想到那个议员回到美国以后竟然到国会去作证，说那双袜子是劳改产品，刚刚从西藏带回来的。这不是睁着眼睛说瞎话吗？更要命的是，“袜子风波”被《纽约时报》《华盛顿邮报》等多家主流媒体报道了。我们这边赶紧组织当时接待他的人，讲解员、织袜厂厂长，随行采访的记者，讲述了他在西藏所有的活动。稿子发出去以后，西方的主流媒体就不再报道此事了。又过了一个多月以后，我们收到上面发的一个文，说有一个美国议员睁着眼睛说瞎话，要我们对他进行批驳。后来我就开玩笑，我说，他这个话说了一个多月了，他现在早跑到哪儿度假去了，你现在才想起来批驳他还有意义吗？

因此，对外传播一定要有时效性和针对性，如果有人扇了你的左脸，你马上跑过

去扇他的右脸。千万不要过了好几天才想起来我吃亏了，我再找你算账。对外传播必须要做到“无缝对接”。对接谁呢？最近几年，我在新华社倡导对接主流社会、主流人群、主流媒体。为什么呢？谁打你、谁骂你、谁对你不信任、谁曲解你、谁造你的谣啊？是某些西方媒体。所以我们很多做外宣的在香港《大公报》《文汇报》买 10 个整版，回来和领导说，我们对外宣传搞得多么好。都是我们自己买来的。这个对外宣传怎么做啊，这就是我说的“自说自话”和“自娱自乐”的问题。

我当时在《上海证券报》工作的时候，报纸发行量也就 10 万份，我说不在于这份报纸的发行量，而在这份报纸是谁来看。如果是一家地方晚报，发行 300 万份、500 万份，看报纸的都是普通百姓，老头老太太，为了半斤土豆吵架吵半个小时，而看了主流媒体的人，看完了以后，马上拿出几亿元、几十亿元的资金到那里去，那个作用更大。关键在于与主流对接，一定要跟主流对话，这一点在对外传播中尤其重要。

此外，在跨文化传播中，“自娱自乐”也反映在媒体的传播效果缺乏有效的评估，中央提出加强国际传播能力建设以后，几家中央级媒体花了大量的资金，把记者派到海外去，在海外建中心、建分社。说我们传播能力多强，这是不是一种“自娱自乐”呢？显然，我们还缺乏一个客观的效果评估体系。

还有一个问题，我们应该在对外传播中鉴别国际主流舆论和个别言论，提高传播的有效性和针对性。给大家讲一个案例。奥运会的时候，我们接到上面布置的任务，要写一篇稿子。起因是一些西方媒体攻击我们，说我们的奥运奖牌有毒。每个人都去碰一下的话，把奥运冠军都“毒害”了。我说，能不能把原稿给我啊。上面没提供，我就要记者找，找了很大一圈才找到，原来是一个德国小伙子，在他的微博里写了这么一段。这种个别议论有什么好批驳的呢？所以这个事情就不了了之。

因此，我们要对国外媒体——尤其是西方媒体——的某些言论，一一做出甄别。每一个言论都是你传播的一个点子、一篇稿子或者是一个题目。利用冲突和悬念，因为冲突产生新闻，冲突产生关注，如果没有冲突，写的都是太平盛世，有谁去关注啊。这个世界的存在是因为有差异。如果没有差异，大家都长得一模一样，找了五个人，性格一样、知识一样、财富一样，那还不如就找一个不一样的人。在新闻传播中发现悬念、冲突、差异是关键。此外，要把我们提出来的、我们想说的与人家想知道的结合起来。换言之，就是要善于寻找事件的交汇点，大家都熟悉韩国鸟叔的《江南Style》，每一个动作，跟西方的街舞都非常相像。在全球 35 个国家，能够打入排行榜，在网上获得 5 亿多次的点击率。各个国家的人在不同的场合，去模仿骑马舞。鸟叔成功的秘诀在于找准了与世界的交汇点。

问题与对策（3）：从概念到概念

对外传播中存在的第三个问题就是：从概念到概念。我们的对外报道中，不少还是我们认为写得非常好的稿件，实际上是充满了夸张和炫耀。在我们的传播过程中，我们喜欢说大话，喜欢说过头话，喜欢煽情。这个过程中，有意无意地损坏了中国媒体的公信力。我提出的对策是放低姿态，"用平常心写重点稿"。我经常比较《南方周末》或者是其他媒体上登的一些稿子，这样可以看出所谓"主流媒体"的稿子差距在什么地方。最大的差距在于主流媒体喜欢居高临下。姿态太高，影响力就比较弱。

还是给大家讲一个案例。20 世纪 60 年代末，中国与苏联在边境地区发生了一次很大的冲突——"珍宝岛战役"。那次事件发生以后，两个国家都希望在国际上博得同情。正好在英国召开了一次国际会议。在这次国际会议上，中国与苏联都各自制作了反映当时情况的宣传片。那个时候咱们中国正在文化大革命期间，"文革"的语言，大家可能知道一些。在那种状态下，我们制作的片子，骂人、说过头话，看完了以后，人家到底相信谁呢。人家苏联的片子沉着、含蓄、心平气和，咱们中国的充满了火药味。你到底相信谁？真理在我们这边，但是人家相信了苏联。这就是姿态的问题。

另一个问题，我提出的观点是要具体，而不是抽象。因为我们在传播过程中喜欢玩虚的，喜欢用数字，没有 1、2、3、4 就体现不出领导的水平，作起报告来就显得平淡。而在西方来讲，看到这些东西感到云山雾罩，深不可测。像"五讲四美三热爱""八荣八耻""七大战略八大目标"，国内的受众还能接受，但是在对外传播中就显得过于抽象，外国人接受起来很困难。

问题与对策（4）：普遍兴趣与文化差异

第四个问题，中国与国际的类比与解释。在传播中你选取怎么样的角度，用什么样的语言来解释是非常重要的。前不久有个单位做了一个纪录片叫"中国三峡"。领导要求做一个海外版，专门在境外播放。这个片子里面用了很多数字，比方说，修大坝用多少多少水泥和土石方，这样的数字太多了。我给他们提了一个建议，我说建造三峡的水泥和土石方，足以建造两座万里长城，你说你听懂了吗，你如果说多少吨，根本就没有概念。还有一个发电量，1100 亿千瓦时，我说这个不行。1100 亿千瓦时，是多还是少啊，到底是个什么概念，后来有个同志说，那就改成"度"啊，我说那不就

是千瓦时吗，如果咱们作一个类比，比方说可以供纽约一年的发电量，这不就让外国人看懂了吗？

对外传播中有一个经典的案例：20 世纪 50 年代末，我们给外国人放戏曲电影《梁山伯与祝英台》，翻译讲蝴蝶飞来飞去什么的，外国人一下子就绕晕了。周总理一上去就说，“梁祝”就是中国的罗密欧与朱丽叶的故事，一句话就讲清楚了。这说明，对外传播一定要想办法让我们抽象的东西和他们具体的东西之间产生有效的联想。这又涉及到了“普遍兴趣”的问题。

什么是“普遍兴趣”，就是你、我、他大家都感兴趣的东西，对外传播首先要挖掘这种“普遍兴趣”。我当时在上海分社当业务副社长，我们的记者毕业以后，一个月之内我都让他自己飘着，想干什么干什么。为什么？他们觉得自己是北大或是清华的高才生，到这儿来要改造新华社，尤其是要改造“新华体”。我就晾你一个月，看你能不能改造。后来他们发现不但改造不了，连一篇稿子也写不出来。这种情况下我就要找他谈话了。我就说，明天早上，从 9 点钟开始，你们每隔 10 分钟到我办公室来一次，来之前准备 5 篇稿子的构思。拿过来以后，我可能全给他否掉，当然我不是故意的，确实没找到新闻点。我就从兜里拿出一个本子，让他照着去写。写完了以后，他发现这个稿子媒体都录用了，报纸也登了，觉得自己稿子写得不错，原来我还有这个能力啊。这稿子实际上都是我写的，所以我告诉他，idea 是最重要的，这个 idea 是怎么产生的呢，就是来自“普遍兴趣”产生的。因为这个 idea，不但外国人感兴趣，中国人也感兴趣。

在讲究普遍兴趣的基础上，还要兼顾“特殊兴趣”。既然是对外传播，首先有个语言的问题，外文是可以翻译的，但是文化是难以转换的。我刚才讲外国人对中国怀疑、不了解，好不容易来到了北京，刚刚出机场的时候，“小心碰头”，翻译成 BE CAREFUL OF YOUR HEAD。外国人就不明白了，怎么到了中国要小心我的头？难道我的脚不需要小心吗？在跨文化传播中，也会碰到这样的“特殊兴趣”的问题，比如说狗，2006 年时中国治理流浪狗，我们的报纸登了相关的照片，外国媒体也做了很多转载。一对华人夫妇早上起来出去遛狗，遇见邻居美国老太太，人家打招呼，问了一句话：你们中国人也喜欢狗啊。言下之意是，中国人这么野蛮，你们也喜欢狗啊。正好那一年，我去了希腊雅典，遇到一对夫妻，他们告诉我，过去不敢出去散步。我问，为什么？他们说，雅典的流浪狗特别多，我们出去的时候必须带上打狗棍，才敢上大街。我说，我来的时候怎么没了。他们回答，奥运会之前全部被收拾掉了。我分析了一下，希腊人收拾了流浪狗他们没事，到我们这儿就不行了，这是因为我们的报道没有顾及狗与人的友好关系，以及他们对狗的这种感情。

问题与对策（5）：向世界展示一个真实的中国

第五个问题，绝对不能给中国抹黑。尤其是在做对外传播的时候，大家最爱国，如果这个稿子不能给中国增光添彩，那么目的就没达到。2006 年、2007 年“中国威胁论”盛行，我派记者去采访北京往北不到 100 公里的张家口地区，叫张北。我去过那个地方，一户人家的财产加起来不到 100 块钱。我跟他讲，你一定要写张北地区一个家庭的真实状况，是什么样就是什么样。我还帮他设计了一些问题。回来以后他很高兴，严主任，达到你的要求了。我一看，他写的是什么呢？他写的这个地方虽然穷，但是积极向上，政府照顾得很好，感谢扶贫政策，现在日子比原来好多了。后来我就生气了，写的都是空话套话。他说，受访者就是这么说的。我想完了，采访的方法没告诉他。一看到新华社记者，那还不是说好话，电视上都这么说的。明天的早饭还不知道在哪儿呢，就告诉你，生活好得很，天天大鱼大肉的，他也会说这些。后来我要他按照我采访的方式，让对方没有戒心，拉家常，了解到了很多生动鲜活的细节。

近两年来，我们提出来要向世界展示出一个真实的中国。因为我们这么多年的发展全世界都看到了，不需要炫耀夸张了。奥运会这一年，包括非洲的一些媒体，对我们夸奖有加，报纸也对北京奥运会赞不绝口，最后我收到了中国驻尼日尔大使给我的一封信，他请我们在报道中国建设成就基本经验的同时，适当增加一些关于贫困落后地区人民生活亟须改善的报道。他说，你们报道的全是好的东西，非洲兄弟来了以后看到你们有鸟巢，有水立方。他们回去后就说，我们的运动员还在泥巴地上跑步呢，帮我们修一个体育馆吧。他们还说，中国那么穷的时候，还勒紧裤带帮助非洲兄弟，现在这么富了，比美国还富了，于是就提出了各种要求。如果不能满足他们，就说中国怎么这么小气，让我们的外交工作很难做。因此，对外传播中的正面报道也要把握适度，客观呈现中国的真实状况。

问题与对策（6）：对外传播无禁区，如何传播有技巧

第六个问题，对外传播无禁区，如何传播有技巧。我在这里提一个问题，就是对外传播中到底有没有禁区。我个人认为不存在绝对的禁区，只有技巧问题，用什么样的技巧去传播的问题。

问题与对策（7）：利用民间的力量

第七个问题，利用民间的力量和非政府组织的作用。在传播过程中，我们习惯于由政府包办一切，传播效果反而会打折扣。美国国防部、中央情报局与好莱坞合作，制作了上百部全球卖座的电影，大家所知道的《巴顿将军》《拯救大兵瑞恩》《阿甘正传》，等等，无不张扬具有个性的英雄主义，鼓舞了美国的士气。但是我们这边基本上都是由官方包办。除了公信力的问题，这种做法还会引发话语体系的不一致等方面的问题。民间交流在话语体系上容易找到相似和相通的地方。但官方话语体系比较难以统一。我们的一些官员出访时会见记者，基本上都是由秘书或相关的职能部门准备好了材料，他把这个材料读完了以后，外国记者问他问题的时候，他还是在背他的材料。当然，作为政府官员，他要遵守外事纪律、宣传纪律，只能够按照官方话语体系的要求来说。因此，我们应该调动各方面的积极性，充分利用民间人士、非政府组织等，让对外传播更有针对性和贴近性。

问题与对策（8）：讲道理还要摆事实

第八个问题，讲道理，不摆事实；讲政治，不讲国事。我们的传播习惯于讲道理，但是有些道理是很难讲通的。怎么办？可以用摆事实的方式，或是用讲故事的方式。1999年江泽民同志提出了“三个代表”，在对外传播上的一个难点就是如何讲清楚私营、民营企业老板能不能入党的问题。这在当时还是一个非常敏感的问题，因为他们是腰缠万贯的“资本家”，怎么能加入无产阶级先锋队？但是江泽民同志特别希望在这个问题上有所突破。所以他去江苏、浙江等地去调研。我们作为新闻工作者必须把这个事情传播出去，但当时还不能直接对外说资本家可以入党，这是违反政策的。领导也没这么说，但这个事实是存在的。所以，我们的记者写了一篇稿子，题目是“私营企业主成为中央党校学员”，这就是一个新闻事实，但其背后蕴含了理念和政策上的重大突破。

怎么摆事实，怎么讲故事，要注意以下几点：首先，一切要让事实来说话，而不是记者跳出来说这是什么；不要直接告诉读者，这是什么，不要空发议论，或者自己站出来做评论。让读者自己通过自己的眼睛去观察，通过自己的理解去得出结论。其次，让我们的传播尽量通俗化，让你的朋友、邻居，甚至小孩都能看得懂。再次，要

学会讲故事，我们的传播大家最能记得住的是什么呢？不是概念，是故事。1986 年 9 月，我在《洛杉矶时报》登过一篇稿子。就是毛主席逝世 10 周年时，我写的一篇回忆文章。20 多年以后，我都把这个稿子抛到九霄云外了，但有个美国记者在一次研讨会上谈到了这篇稿子。我告诉他，这个稿子是我写的。后来我想，为什么人家这样关注这个稿子呢，因为我讲的是作为一个小孩，听到毛主席逝世的消息以后，我的父母、家人、邻居、朋友的真实故事，这就是故事的力量。

当然怎么去讲故事，这就涉及一个问题，细节最能打动人。对一个国家也好，对一个人也好，对一个地方也好，到底什么东西能够打动你呢，是细节。我对记者的要求是尽量捕捉细节，我设计问题的时候，不管 50 个问题还是 100 个问题，都包括怎么去捕捉细节，怎么去观察的问题。这张照片显示胡锦涛同志就任国家主席后首次访美的时候，到波音公司参观，接受了一位波音公司员工赠送的棒球帽，很自然地拥抱了对方，让这位美国工人"惊喜"得掉下了眼泪，而不是"兴奋"得掉下了眼泪。他为什么"惊喜"呢，因为他原来没有想到，中国领导人能够对他做出这个举动，他们还有富有人情味和温和友好的一面。所以这个"拥抱"的细节就是关键。

怎么去讲故事？就是要做到中国立场，国际表达，在这个过程中，怎么去表达很重要。我经常跟我的同事在讲，一个能够被广泛传播的故事，我希望能给 3 个人讲，第一个 80 岁的老奶奶，第二个我的同龄人，第三个邻居家 3 岁的小朋友。大家设想一下，把同样一件事情，讲给这 3 个人听，你会用同样的语言吗？你会用同样的角度吗？你会用同样的叙述方式吗？都不可能，但是你讲的是同样一个故事。这就是向中国读者和外国读者传播，在中央媒体和市场化的媒体作传播一样。同样一个故事在不同的媒体平台、向不同的受众群体进行传播，采用的方式完全不一样。

我还是举一个自己熟悉的例子。2005 年，全国的证券公司在推行股权分置改革。当时我们在新华社的编委会上，请了 3 个专家。在讲这项改革是怎么回事。讲完一个小时左右，我发现所有的领导干部，除了一个主持会议的总编辑，很多同志都睡着了。那个总编辑跟我说，小严，你是上海证券报社的社长，你对这个问题有什么看法。我说，你给我多少时间，他说 10 分钟。后来我就讲，讲到第 3 分钟的时候，发现大家都醒来了，第 5 分钟的时候，大家都露出了笑容，后来我就跟他们讲，我是一个正准备入门，刚踏入门槛就被拽回来的人。实际上我不是专业人士，为什么我讲的让大家听得懂，而感兴趣呢？无非是我把我所理解的一个深奥的内容掰开了，揉碎了，然后用我自己的话讲给了你们听。这就是传播的力量。

大家看一篇被广泛关注和传播的新闻稿，都是经过记者自己消化吸收以后的再创

作。一篇蹩脚的，或者说影响力不大的新闻稿，肯定是把别人的讲话，或者从文件上找来的材料，转发或 Email 给我们，我把它再改一下，走一个流程就发出去了。传播的效果就可想而知了。

总之，这 8 个方面的问题多多少少存在于我们的对外传播当中，也是我从自己多年从事对外新闻报道的经验中总结出来的，不一定全面和准确，提出来供大家参考，为加强中国媒体的国际传播能力建设提供一些理念和实践上的启迪。

录音整理：郝屹、李易龙、谢福坤

校对：张垒

第十九讲
重建新闻人的世界观[1]

◎ 李鸿谷

现任《三联生活周刊》主编，1987 年入《长江日报》做记者，1999 年任《武汉晨报》编委，2000 年进入《三联生活周刊》工作，曾任社会部主笔。主要著作有:《联想涅槃：中国企业全球化教科书》《国家的中国开始：一场革命》等。

新闻学是一门经验性的学科，是每个做这个行业具体的人——每个记者、编辑——把自己的经验做一个交流，在交流过程中形成对某些问题的理解或共识，这种理解和共识积累起来就形成了我们的教材，形成我们对这个行业经验的传承。从这个意义上说，做一次讲座，就这个学科而言，互动是最好的一种方式。作为听众，也许你有经验，也许你没有经验，而讲演者作为一个有经验的人，可以与不同类型的听众进行沟通、交流、双方形成冲击或者碰撞，这样双方都会互有收获，这个过程本身就是我们这个学科形成经验和知识的一个过程。

我过去也参加过若干场演讲，每次讲完之后，都会有一些问题提给我。讲的多了，我会发现其中一些问题成为了共性的问题，也就是今天要讲的主题——重建新闻人的“世界观”，在此不是你的人生观、世界观的“观”，而是新闻人看待世界的观念。我想从自己供职的《三联生活周刊》(以下简称为《三联》)入手，结合两个相关新闻报道的案例，来与大家进行交流。我也写了两本书，《失权者》和《普京政治：俄罗斯的民主与权力》，深入分析了这两个案例，大家有兴趣可以找来读一读。

《三联生活周刊》的新闻观

在讨论新闻人的“世界观”之前，我先讲一讲《三联》的新闻观。我是在 2000 年

1 演讲时间：2013 年 11 月 21 日。

11 月到的《三联》，之前我在一家报纸做记者。我在《三联》做的第一个封面故事是关于浙江温岭的一个黑社会案件。当时《刑法》增加了一个新的罪名“黑社会性质组织罪”。温岭以这个罪名第一次起诉了一个叫张畏的人。我去之前联系了公安部的朋友和浙江公安厅的朋友，确定了一份采访名单。到温岭后第二天早上，拿着名单一个个去找人采访。但是非常不幸，名单上有七个人，大概两个小时不到，前面的人全都拒绝接受我的采访，包括公安局、法院、检察院、区分局、派出所以及那个涉事公司，全都拒绝了我，断然拒绝。这个时候名单上还有一个最后机会，就是张畏的女儿。我知道她读什么学校，小学三年级，哪个班，我甚至还知道她的名字和她班主任的名字，但是我不知道她长什么样。我当时基本上是走投无路了，因为我的七个采访对象只剩下这一个了，而且还是个小女孩。你们说，我这个时候应不应该去找这个孩子？一方面，我确实已经山穷水尽了；另一方面，我如果要去找这个孩子，动机很简单，我并不是要找到这个孩子，我想找到她，认识她，看她长什么样，然后我看中午或者晚上谁来接她，是她爷爷奶奶还是外公外婆，还是她的妈妈来接她，这样的话我可以通过这个孩子和她的爷爷奶奶、外公外婆，甚至与妈妈、小姨、婶婶能够见上面。这样我就有可能把最后一个机会拿到手，拿到关于这个人的信息。但是这时候我面临一个艰难的选择：我应不应该去找这个女孩？如果你是我，你会怎么样？

我们先把这个问题放一放，其实这个问题没有标准答案。找或者不找都是一个选择，每一个选择可能都有风险。如果你选择不找，那么你就找不着知情人，采访无法进行下去，你可能会丢掉你的工作。但如果找的话，你可能会面临另外一个压力：给一个未成年人带来伤害。作为新闻人，我们这个职业充满了各种选择，每一个选择本身都是有疑问的，也可能都是有道理的。我们要讨论的是，每一个选择本身意味着什么。此外，我们还要探究这个选择背后包含的意义，也就是说，我们在做这个选择之前有一个隐含的前提，这个前提到底是什么呢？请大家发表看法。

学生甲：道德，就是要有一个道德上的考虑。

学生乙：就是你假设如果找她一定会对她造成伤害，但其实不一定如此。

好的。我再换一个提法，这个隐含的前提是：什么样的记者算是好记者？那么大家告诉我，你们的答案是什么？

学生丙：完成任务

学生丁：追求真相

学生戊：社会价值最大化

学生己：人文关怀

大家讲得都不错，但这些都不是最关键的一点。2004 年我在香港大学待了一个月，做访问学者。当时我和《纽约时报》的一个评论员一起喝茶。我就问他："在美国，一个好记者的标准到底是什么？"他的答案很简单："你能不能敲开别人的门。"

一个记者能不能敲开别人的门，意味着他能不能听到别人的故事。我当时听到这个回答之后，觉得这太直白了，它可能会让你觉得没有诗意，让我们做新闻变得如此的无趣。但是细想想，确实是这样，我当时做记者快 20 年了，我听到他这样说，觉得非常有道理。你能不能敲开人家的门，其实呢，你的人文关怀也好，社会价值最大化也好，追求真相也好，完成任务也好，基本的前提是：人家要把门打开，要告诉你那个故事。那个事件不是你经历的，而是若干个当事人和若干个信息源所经历的，他们要告诉你是怎么回事儿，这才是新闻采访的开始。好的记者就是比别人更有能力去敲开采访对象的门。

刚才说过，我当时面临一个选择，就是这个女孩就在我面前，我应不应该去敲开她的门？你的机会就只有一个，同时你可能会骚扰一个未成年人。这之所以成为一个困局，是因为这里隐含了一个前提，我们必须要重新讨论和建立这个前提。

大家想一下，记者的权力意味着什么？有部美国电影叫《费城故事》，汤姆・汉克斯扮演的男主角讲他为什么做律师。他说，我选择并热爱这份职业，是因为做一个好律师运气很重要，我们有机会成为发掘出真相的一部分。这也同样适用于做记者，好记者也要靠运气，如果你有运气，你可能会成为发掘出真相的来源之一。但是这是命运中的百分之一，甚至是万分之一，但是我们把这万分之一当成了全部。记者要追求真相，要维护正义，要铁肩担道义，这与我们通常说医生、护士是"白衣天使"，教师是"灵魂工程师"一样，是一种理想化的境界。

我们回过头来讲权力，提问权是新闻人的基本权力，你能不能敲开人家的门，人家愿不愿意跟你讲，这个职业是这样开始的。那么提问权是不是等于审判权呢？是不是焦点访谈呢？显然不是，关于提问权本身，我们再往下追问一步，新闻人这个职业的合法性和基础是什么？

就像我们现在进行讨论，寻找共识，我不是提供标准答案的，不是像考试的时候四个选项当中选一个。每一个新闻人的工作都是在交流过程中形成一个共识，我提供我的经验或我的判断，它未必是你的。但是你要知道有人是这样想的，这就足够了。在我看来，在这个行业，好记者的标准是你能敲开人家的门，并能够充分利用提问的权力。那么这个职业的基础是什么呢？"摩西十诫"中说，你不可说谎。这才是我们新闻或者传媒这个行业真正的起点及合法性来源。你敲开人家的门是要去问问题或者

说满足好奇心，你提了问题，但有一个“戒律”在里面，就是你不可以说谎，这是这个行业的基础。

有了这样一些铺陈，回过头来讲到这个案例，我一直在犹豫，我们应不应该去敲开这个小孩的门。我后来是去了，但情况比想象的还要糟糕。我找了她学校的校长，告诉他，我准备做这样一个采访，但我不会伤害这个孩子，我会如何做，等等。他很安静地听我讲完，然后告诉我：“我知道你怎么想，我也赞成你这么想，但是这个孩子在我的学校里面，我不愿意从我这里打开这扇门让你去见到她。”他这个回答足够强大，我就没招了，然后我就离开了。我想你们以后如果做记者的话，你们能够像我这样一个上午面对七次拒绝的话，一定能体会我曾经历的崩溃。

我想跟大家强调的是，在这样一个选择背后，蕴含着好记者的标准，记者的权力，新闻行业的基础等最最基本的问题。但是我还是想告诉大家的是，无论未来你们做记者或是不做记者，你们要知道，没有任何一个人有义务一定要回答你的问题。在很多时候，我们这个职业能够成立，在某种意义上是仰仗陌生人的慈悲。因为在绝大多数情况下，你不能为他带来任何好处或利益，他只是在帮助你去共同发掘一个事实。对于所有接受采访的人，作为记者一定要怀有感恩之心的。

接下来，当你敲开人家的门，可以开始提问的时候，新闻职业的真正挑战就来了。在提问之前，我们要考虑好，以什么样的方式去提问。2002 年我做过一篇关于河北原省委书记程维高秘书李真的报道，去了石家庄 3 次，每次离开石家庄之前，我都非常纠结。因为我手里拿着程维高的电话，他当时已经从省委书记的位子上退下来，担任省人大主任。我曾经报道过他的两个秘书，一个秘书后来被判死刑，另一个被判无期，当时正在审理之中。我每次离开石家庄之前都非常纠结，我手上有他的座机号和手机号，我每次纠结要不要给他打一个电话。作为记者，每一个行为本身都可能充满选择。如果打了这个电话，你可能一篇 1.5 万字甚至 3 万字的报道发表不出来。我们每一个选择背后都有很多艰难。当然我最终没有打这个电话，因为我害怕我的稿子发不出来，那我的工钱也就没有了。最后我们两篇稿子出来后，程维高写了一封很长的信，3 万多字，写给当时的高层领导。后来这封信批转到我们这里，我写了一份采访汇报上去。当然在座的同学会问，是否应该保护信息源。但那时候，对保护信息源的意识还没有建立起来。

当时上级正在调查程维高，他们让他直接跟我们联络，我们就去了一趟石家庄，跟他见了一面。然后他就把 3 万多字的信给我们看了，指出我们的报道中有 14 个地方失实。失实在哪里呢？就是事实都存在，只是我们的解释和他的解释不一样。碰到这

个情况，我就说："程书记，你写的这个东西非常好。"这不是恭维，因为他的信确实文通句顺，逻辑清晰。然后他听我这样说，非常高兴地说："小李啊，这是我自己亲自写的。"我说："这真不容易。"他说："你看有什么意见呢？"我就告诉他："我们从北京到这里来，想告诉您的第一点是，我们不是来做您的敌人，同时也不是来做您的朋友。我是来做一个倾听者，听您讲一讲这个故事是怎样的，请您相信我，相信我们是有判断力的。"限于时间，我就不展开了，大家有兴趣的话可以看一看我写的《失权者》，对这个案例有详细的讨论。

我来总结一下，当你敲开人家的门，开始提问的时候。有一条前置的"戒律"——或者说我们"三联"有一个自己的新闻观——那就是，我既不是来做你的敌人，也不是做你的朋友，我是一个"第三方"，我是一个有理解力的听者，我来倾听，然后我来辨析，这就是"三联"的新闻观。

重建我们的世界观

接下来的问题是世界观。你敲开这家人的门，开始提问了，放下了所有成见，你与他既不做敌人也不做朋友，那么你做什么？这个时候，我们所有经验的积累和交换，在经验的交换过程当中，形成我们这个行业对世界的理解，也就是新闻人的世界观。

总体来讲，媒体和记者有三个方面的资源需要积累。第一个资源是人际资源，你能不能敲开人家的门，这要靠人际资源。那位《纽约时报》的记者告诉我，谁能敲开人家的门，卡尔·伯恩斯坦（Carl Bernstein）和鲍勃·伍德沃德（Bob Woodward），他俩是"水门事件"的报道者，美国最牛的调查记者，只有他们才能找到"深喉"这样的信息源。第二个资源是技术资源。你拿了材料能不能很好地处理你的信息，能不能有好的结构，好的表达，你能不能做到文通句顺、逻辑清晰，表达清晰之上能不能做到准确判断，准确判断之上能不能有所发现，这就是所谓的技术资源。在人际资源和技术资源之上还有一个资源，就是思想资源。你没有思想资源，你所有的信息都是一摊散落的珍珠，今天我们来讲"重建新闻人的世界观"，实际上就是讲如何积累我们的思想资源。

大家应该知道，2010 年中国的 GDP 超过日本成为全球第二大经济体，当时我的印象是 5.9 万亿美元，日本是 5.4 万亿美元。而 2000 年我们只相当于日本 GDP 的 1/4，1990 年相当于日本的 1/8，也就是说，我们用 20 年的时间从 1/8 到 1/4，再到超过日

本。其实“中国崛起”不是一个虚幻的词，它是一个真实的过程，我们用 20 年完成了这个过程。从地缘政治的角度来说，某个国家的崛起带来的是不平衡。全球格局和地缘政治不平衡最有可能导致战争。你们想想第一次世界大战和第二次世界大战就是因为德国的崛起，旧大陆的均势被打破了。如果中国的崛起是一个事实，那么从地缘政治的角度来讲，它还可能是一个很大的疑问。除了中国，还有新兴的金砖国家——巴西、南非、印度、俄罗斯。我们正面临一个很大的变局：中国与其他新兴国家的崛起，也就是说全球格局会发生变化。那么这个时候需要我们重新建立观察和认知世界的框架。

崛起的中国和其他新兴国家会改变世界格局，这会导致以下两点结论：第一，中国或者说新兴国家的崛起，意味着整个世界格局发生了一个大的调整，或者说我们进入了一个调整期，这是我们所面临的全球变局。第二，作为中国人，我们应当重新认识这个新的格局。大家读高中、本科或现在读研究生的时候，对清华这所大学的认知是完全不同的。同样道理，我们的 GDP 只有日本的 1/8、1/4 到超过它的这三个时期，中国人的世界观因为条件的不同而有差异，这就需要重新建立我们的世界观。

今天我们的重点不是要来讨论新的世界观是什么，而是要讨论如何重建我们的“世界观”。某种意义上来说，当今的世界，我们会用两个词来描述：一个是“单极”，另一个是“多元”。我们可以说，单极是事实，多元是愿景。无论我们是用单极还是多元来描述目前的世界新格局，它的起源可以追溯到苏联解体。从某种意义上讲，中国的崛起也是在苏联解体之后才开始的。1989 年柏林墙倒塌，1991 年俄罗斯、白俄罗斯还有乌克兰签署了一个协议——《独立国家联合体协议》。苏联解体，标志着“冷战”结束。我们看中国崛起对世界格局的改变，其实并不是我们今天讨论的话题，因为它太复杂。我们讨论的是中国崛起之前曾有的旧格局的结束。但是我必须提醒大家，中国学术界对“冷战”的研究非常的单薄，中国人对“冷战”的理解也存在很多问题。实际上，在美苏主导的“冷战”时代，中国扮演的是一个非常有意思的角色。1949 年我们新中国成立的时候，整个政策是一边倒，全部倒向苏联。但这不是一个固定的模式，在 50 年代末中国和苏联冲突了、交恶了，1972 年中、美建交了。虽然“冷战”时期“苏联集团”和“美国集团”冲突很激烈，但是另外一个大国——中国——却一直游离于那两个集团之外。相比东欧国家，我们对“冷战”本身不那么敏感。1989 年柏林墙才倒塌，但早在 1972 年我们已经抛弃“冷战思维”了，所以“冷战”对中国的伤害是有限的，而我们关于“冷战”的认知也是有限的。

“冷战”结束，既是一个旧时代的结束，也是一个新时代的开始，那么中国的 GDP 成为日本的 1/8、1/4，然后超过日本也是从“冷战”结束之后开始的。过去的世界格

局，我们把它命名为“冷战”，它结束了，而现在的格局是在它瓦解的基础上建立的，所以我们有一个基本的疑问：苏联为什么会瓦解？中国很特殊，虽然我们对“冷战”的结束不太敏感，但是我们对苏联的解体感受很深，我们经常用这样一个词儿——“亡党亡国”——来表达对苏联解体的痛心疾首。关于苏联亡党亡国，一般来说，中国学术界认为有两个原因，政治权力的垄断和计划经济，使整个苏联走上了亡党亡国之路。第一个原因导致苏联共产党没有自我更新的能力，它对权力的垄断过久，从勃列日涅夫开始，然后安德罗波夫、契尔年科，他们都是在任上去世，它再也没有自我更新的能力了，这是苏联解体一个很重要的诱因。第二个原因就是计划经济。我最早是在 20 世纪 90 年代看到的这个结论，后来检索了一下文件，1993 年说的是这两个原因。到了 2011 年，我们的结论依然是这两个。我一直百思不得其解，为什么我们的研究没有深入下去。后来我发现我们所有的研究都有一个前提：“以苏为鉴”。换言之，我们所有的研究本身有一个前提：我们怎么避免像苏联一样的悲剧。这样的研究很有效率，目标清楚，但却不能深入地解释苏联究竟为什么解体。

任何一个有着明确动机的研究，它的结论一定会服务于动机。我们的动机是避免亡党亡国。如果动机过于明确，那么结论就会不言自明。比如说，权力垄断，那么普京和梅德韦杰夫是不是从某种程度而言更加垄断呢？他们垄断权力更大，以前是一党垄断，现在只有两个人垄断权力。比如计划经济，早在 2005 年，549 家国有企业，通过一个法令限制私有化，瓦解它的权力和经济，起到制衡的作用。但是对 549 家国有企业进行私有化限制时，权力远远大于经济，与传统计划经济时代并没有太大的区别。如果说这两项是苏联解体的直接因素，那后来俄罗斯为什么没有解体，甚至可以说俄罗斯在这两方面走得更远，为什么没有出现严重的危机？所以说，我们出于强烈动机的研究，结论往往是不可靠的。

由此，我想到做一期关于俄罗斯大选的封面故事，后来我有把它扩充为一本书，《普京政治：俄罗斯的民主与权力》，限于时间只能简单讲一讲。苏联为什么解体？为了重建我们的世界观，我们实施的第一条原则是“对象本位”，所有的研究应该放下功利的目的——即便那个目的是如此崇高。动机过于明确与强烈，研究就会走形。坚持“对象本位”，意味着站在苏联的立场上去思考问题。苏联改革从 1985 年戈尔巴乔夫接任苏共总书记开始。他面临的挑战是，因为苏联在与美国的军备竞赛上投入过多，所以民生问题十分突出。因为石油价格大跌，整个国家靠石油的收益难以维持，国民经济以 1.2％的速度缓慢增长。戈尔巴乔夫的设想是：先改革经济，后提振民生。但是强大的苏联计划经济，以命令式去改变它是不实际的。苏联经济有很显著的高度集中的特

征，莫斯科一个城市的经济总量就占国家总量 60％。其实任何一次经济改革，都会有一个比较艰难的过程。戈尔巴乔夫的经济改革推动不下去，是因为政治上遇到强大的阻力，利益集团过于庞大，必须去瓦解既有的利益集团，他采取了一个办法，把苏共的权力让位给苏维埃，让人民代表大会制度成为最高权力。戈尔巴乔夫自己担任苏联总统，完成了这个国家的权力变更，从而顺理成章地推动这个国家的经济改革，但是不到一年时间，他便亲手将这个国家葬送了。俄罗斯、白俄罗斯、乌克兰签署独联体协议，标志着这个强大国家土崩瓦解。

研究苏联解体，第二条原则是“寻找结构性矛盾”。你们想一想，无论是沙皇治下的俄罗斯，还是苏共治下的苏联，还是今天普京和梅德韦杰夫“二人转”治下的俄罗斯，他们从一个很小的莫斯科大公国，不断地拓展土地和疆域，成为了世界上最大的国家。这个国家最主要的问题是民族矛盾。不同地域、文化、宗教必须整合在一起，因此我们可以总结为“国家认同的矛盾”。这个国家如何完成国家认同，沙皇时代靠三股力量的整合完成这个认同：一个是沙皇本人，一个是东正教，一个是军队。东正教是臣服于沙皇的，宗教是服从于政治结构的，军队也是这样。苏联的国家认同是什么？第一个，是共产主义的意识形态的认同；第二个，是民族自觉的认同。共产国际是意识形态认同的外化表现，但苏联利益集团和意识形态集团发生矛盾时，这种瓦解就不可避免了。戈尔巴乔夫选择权力让位，看上去是顺理成章的制度变更，但是制度变更的同时却瓦解掉了意识形态的国家认同，此时民族认同就上升了。但是民族认同不是向心力，而是离心力。民族之间的认同是由意识形态的统一来完成的。当戈尔巴乔夫以改革之名瓦解了核心意识形态认同之后，民族认同也被瓦解了。于是乎苏联的 15 个加盟共和国纷纷独立。俄罗斯的国家认同就像俄罗斯套娃，第一个被打开后，下面的一个个被打开，这才是苏联解体的答案，这个解体不是单纯的独裁、垄断等，这些都是外在的因素，内在的因素是国家认同的瓦解。没有了国家认同的支撑，苏联就被瓦解了。

国家认同瓦解，是因为民族认同上升，形成强大的离心力，因此整个苏联被瓦解。这个结论本身是否成立？我们其实有 20 年的时间去观察苏联和俄罗斯，大家能否告诉我，为什么普京权力极大，但是不会产生动荡？既然苏联可以瓦解，为什么俄罗斯不能瓦解？制止车臣独立，普京才获得政治上的强势地位，他坚持套娃不能在俄罗斯被“打开”，这就是他成功的根本原因。叶利钦在位后期，权力已经日渐式微，他选了四个接班人。普京组织打击车臣分裂实力，因此才获得最终的认可，成为叶利钦的接班人。简单来说，苏联解体是因为国家认同被瓦解，这就是我们要寻找的结构性矛盾，这是我们深入认识世界的前提。

“三联”为什么会关注俄罗斯大选这样的选题？当中国经济总量成为第二大经济体时，成为世界的重要力量。因此我们重新看待国家的定位，要建立新的世界观。我们应该帮助读者认清一些重要的问题，例如，我们处于什么样的历史趋势之中？哪些是影响中国崛起的外部矛盾？等等。“三联”的宗旨是为读者提供新的知识和判断。这就是我们重建世界观的第三条原则：“发现关系条件”。例如，“冷战”时代与中国同属于“苏联集团”的朝鲜会面临什么样的变局？像苏联这样的国家并不多，可以自主处理自己的命运。像朝鲜这样的国家，这种结构性矛盾是屈服于关系的，苏联瓦解了，朝鲜就要面临如何界定它在新格局中的位置。“二战”结束后，美国人曾经提出过一个“交叉承认”的原则。依据这个原则，如果苏联承认韩国，美国就应该承认对立的那一方——即朝鲜。但是几十年过去了，美国和朝鲜仍然没有建交，为什么呢？既然说“交叉承认”，中国和俄罗斯这一方已经承认了韩国，但是作为另一方的美国并没有承认朝鲜，为什么？这需要我们去发现“关系条件”。

简单讲一讲“关系条件”是什么。美国如果承认朝鲜，它面临的第一个自身的挑战是什么？就是它在韩国还需不需要驻军？连带着的问题是，在日本需不需要驻军？再进一步说，美国在亚洲的军事存在有没有必要？在尼克松时代，中、美建交了。那么按照“交叉承认”的原则，以防范中国为目标的那些军事设施都要撤销了，对不对？尼克松之后的卡特有一个很重要的决定就是撤军，这时候就谈到了“关系条件”。首先，美国国内的国防和军工利益集团不同意这样撤军。其次，如果美国撤军，那么韩国显然是反对的，因为韩国人相信，没有美国的“保护”，朝鲜会不惜一切代价，像越南那样重新统一朝鲜半岛。如果朝鲜半岛完成了由朝鲜主导的统一，那么这样的国家会怎么样呢？倾向中国，还是倾向美国，还是保持中立？考虑这个问题的焦点不是美国而是日本，因为日本殖民过朝鲜，一旦朝鲜半岛实现统一后，它们之间的关系会是怎样的？我们再来看，美国人为何没有实行自己提出的“交叉承认”的原则？当美国从韩国、日本撤军后，日本和朝鲜就可能会形成冲突，这时候日本有一个选项可能是发展核武器。日本现在虽然和美国是同盟，但是它们有了核武器之后，又会和美国形成一种什么样的关系？按照这样的逻辑，推演出来的“关系条件”就是：虽然现在美国和朝鲜没有建交，但美国为了保持在亚洲的军事势力，它必须保留一个桀骜不驯的朝鲜，嚷嚷着自己要发射核武器的朝鲜。30 年前，我们达成的一个共识是让朝鲜半岛无核化，但是经过了 30 年的遏制，结果是朝鲜拥有了核武器。因此，只有从发现“关系条件”入手，我们才能找到真相，才能重建我们的世界观。

总结一下，今天讲的是重建新闻人的世界观，某种程度上也是如何重建我们每个

人的世界观，方法论有三条：第一条是对象本位，就是动机不能影响研究与思考；第二条是我们要寻找结构性的矛盾，以苏联解体为例，我们可以想到很多枝节性的问题，但你要搞清解体的原因，必须知道它的结构性矛盾到底是什么，这就是我们刚刚讨论的“国家认同”问题；第三条就是要发现“关系条件”，我们以朝核问题简要说明了这一点。下面请大家提问。

提问环节：

问：老师您好，我想问一个问题，您刚才讲的时候没有太展开。普京阻止了车臣的独立，我认为是他用军事强权去凝聚了这个国家认同，但之前的国家认同是意识形态，这个意识形态崩溃了，那普京现在凝聚起来的这个国家认同是什么呢？它肯定不是军事强权，那现在凝聚起来的是一种什么样的国家认同？

答：沙皇时代的国家认同包含了三个因素：沙皇本人、东正教、军队。而普京现在完成的就是这三个认同。我去俄罗斯三次，采访过很多人。我经常提的一个问题是，你们怎么看待戈尔巴乔夫？就我问到的大多数俄罗斯人来说，他们对他的评价极其负面，他们认为，他出卖了俄罗斯，把俄罗斯卖给了美国。那我又问他们，他不是得了诺贝尔和平奖吗，诺贝尔奖并不是美国人发给他的。他们回答，诺贝尔和平奖就是美国主导的西方利益集团给他的一个褒赏。你所说的国家认同，我认为就是“梅普组合”正在恢复的，他通过建立强大的政府、宗教和军队势力来重建俄罗斯的国家认同。为此，他在国内外事务上都表现出十分强硬的姿态，例如，在叙利亚问题上。他显然要比戈尔巴乔夫和叶利钦要强硬得多。

问：您能讲一下“三联”选题标准和操作流程是怎么样的？我以前是做媒体的，好多年前我爱看“三联”，这几年我已经不看了。因为“三联”的选题太脱离现实了。我最近看到的一期就是狗仔队的那期。比如“财经”做了“铁道部改革”“动车事故”“安全隐患”，等等，似乎“三联”对这样的选题没有兴趣，您能不能讲一讲？

答：我们现在处在一个极其嘈杂的年代，最大的特征就是比一比谁的声音更大。从某种意义上讲，我们认为我们还是在坚持一种独特的声音，你现在看到的那些热门选题，如果再过三年或五年，或许你会认为那完全是一堆垃圾。

问：我觉得那些报道改变了铁道部，甚至改变了中国国企的一种状况。

答：这个东西是我们媒体人妄想出来的，这是自我权力膨胀之后一种虚妄的梦想。

问：那么“三联”做的选题如果公众不关心，它不影响政府和公众，那有什么作用呢？

答：我们对受众的定义不同，你放弃我，不意味着受众放弃我。受众放弃我是什么，

就是发行量急剧下降，那就意味着受众在放弃。你放弃我，认为我的杂志是垃圾，文章写这么软还可以挣很多钱。但是我的发行量并没有下降，也就说我的读者可能转移了。另外一种，我有可能没有被读者放弃，我有勇气说这个是因为我的发行量没有下降，今年有很多杂志发行量在下降。今年我的广告下降了 20%，但我的发行量并没有下降，所以说，我有勇气告诉你，那些东西可能是垃圾。它们一边在宣称铁肩担道义，一边是它的到达人群数量非常有限。比方说，我每天开印 25 万，你每天印 5 万，然后你告诉我，你在做正义的事情，我能相信你吗？人们会记住你吗？我看不一定。

问： 我也是做媒体的，《三联生活周刊》是一份让人非常尊敬的杂志，我觉得它是值得长时间阅读的。我是想问很实际操作的问题，就是你们的封面故事的存活率有多大？这涉及到你人员和资源的分布问题，从报送选题到正式出版这个时间周期是多长？还有就是我们都是做媒体的，你的封面故事和新闻怎么贴近公众的预期，你觉得哪些因素是重要的？理由是什么？你刚才提到的“敲门”其实是记者天天都在做的事情。还有就是您方便不方便透露您现在的发行量是多大？预定的有多少？还有多少是零售的？

答： 杂志的发行量是一个需要解释的事情，我们开印是 25 万，大概有三个部分组成。首先是订阅，订阅大概占 40%，大概有 10 万是订阅，今年刚刚超过 10 万；零售是 15 万，但零售分两种情况，如果你最近卖得好，可以达到 80% 的实销率，但如果你卖得不好，可能只有 60%，这个相差很大，80% 可能有 12 万，而 60% 可能只有 9 万，销售占到 90% 很罕见。杂志有这个订阅、零售，零售里面有实销率，对于我们还有一个二次开发。我们不是有 20% ~ 30% 没有销出去的吗，那个并不是回来直接进纸箱的，我们会把它装订成合册，就是合订本。我们会把五本八本装订成一期，同一个主题装订成一期。如果原价是 12 元一本，那合订本就五本 60 元，这个我们每年还可以销售若干万套。这个销售比那个零售还挣钱，因为零售都是有折扣的，这个销售我都是原价买售。所以我们销售是由三个部分构成的。所以说，你说你的杂志卖了 20 万、30 万、50 万，这都是瞎扯，你要看看它杂志的订阅率是多少，它的零售是多少，零售实销率是多少，有没有二次售卖。这样一看，整个结论都不一样了。还有一些特殊情况，比如，别人要订你 5 万或者 8 万，我们做联想，海尔跟我们订了 5000 册，这很有意思。联想国际化，海尔也想看看联想怎么国际化。做联想，联想向你订阅很正常，但是它的竞争对手向你订阅，这是很特殊的情况，所以销售是一个很复杂的东西。我说我们的销售没有下降的

原因是什么，因为最大的一块是零售，零售是我们的风向标，好不好，看一眼就知道。比如，我敢于反驳你是因为什么，是因为销量摆在那里，我的自信没有消失，而你告诉我，某个杂志真牛，它的销量多少，我建议你去对比一下。

问：这是两个层面的问题，一个是影响力，一个是实际的效率。

答：我不同意你的看法。如果我们要讲影响力，那怎么测量出来，难道是你知道它，就有影响力了吗？你怎么测量这个影响力。所以我们每个人都会有偏见，我们选择某一种价值观，是因为它宣扬的价值观，我们觉得好，所以我才会说它有影响力，这是情感层面的，"三联"注重的是在事实基础上的方法论。

对于你刚刚讲的那个选题的存活率，对我们来说很残酷，我们的封面故事不可以失败，你做这个题目必须做成，我们没有第二种方案。我们的封面故事少则三个人，多则十个人做这个封面故事，你说怎么可能有两套人马来做封面故事呢？做封面故事就必须做成。我们做完朱令那一期，周二快要上市了，突然接到指令说，不能做这个选题。那我很简单告诉他，我们已经印完了，送到邮局了，你要说不让发那就是事故，这件事情你要负责任的。或者你找一个人审稿，如果有问题我们撤。因为我们认为，媒体就是"第三方"，我不反对你，就像刚才说的"我不是你的敌人，我也不是你的朋友"。后来有关方面派了主审来看，改了三个错别字，发了没事。对我们来讲，"三联"坚持的是价值中立。在这个充满各种利益冲突的时代，在这个社会结构剧烈变化的时代，我们希望去做一个价值中立的观察者，而不是吵吵嚷嚷地激化矛盾，这就是我们"三联"的价值所在。

问：您刚才提到好记者的标准能否再阐述一下，社会上推崇的那些明星记者，您认为是好记者吗？

答：你说的那些明星记者往往擅长做情感传播，所以才有那么多粉丝追捧。但我刚才讲了，一个好记者应当具备三个条件：人际资源、技术资源、思想资源。我对好记者的评价标准也是这三个。你能不能为这个时代提供点新的知识和思想。现在有些"公知范儿"的记者，名气挺大，但他们做的是宣传、嚷嚷、宣泄，不是在做真正意义上的新闻。

问：老师您刚才提到，苏联在意识形态瓦解的时候，您怎么判断在苏联解体之前，苏联的意识形态是存在的？您刚提到苏联的解体是因为意识形态的瓦解，您怎么判断解体之前就存在着共产主义这一种意识形态？我们知道意识形态是长期的，怎么能在短期之内将这种意识形态瓦解掉？

答：你要看早期的苏联的身份证，它有两个信息：一个是作为苏联公民的信息，这跟

我们现在没有什么区别；另一个就是民族。它的意识形态是国家认同的一个外部条件，很长时间我一直在寻找苏联解体的原因，我不太认同我们官方研究机构提供的那些解释。你看后来普京执政的俄罗斯和苏联时期没有任何实质性的变化，后来我们怎么就突然找到了那样一个原因呢？是因为我看到了它的历史，最让我震惊的是原来的莫斯科大公国非常小，曾经被成吉思汗统治了两个世纪，后来它的领地不断地在扩张，这个时候它怎么完成国家统一的任务呢？从这里我发现了这个国家存在的结构性的矛盾。

问：但今天的普京似乎没有建立起意识形态的认同，他在加强国家能力的建设，比如经济上靠石油发财。国家统一，似乎在意识形态上他并没有建立一个认同。

答：苏联时期意识形态是国家认同的一个外壳，但在沙俄时代它的国家认同是没有意识形态因素的，它只是沙皇的独裁、东正教、军队。我认为现在的普京在重新建立这三个认同，其中并没有包含意识形态的因素。

问：老师您刚才从方法论的角度，通过这三个方面来重构我们的世界观，那我们是要重构出来什么样的世界观呢？

答：重建世界观的结果不是我要预期的，或者我要给你的结果，第一个，视野在变化，而社会变化非常剧烈，格局也在调整，这是我们要认识的世界。这个世界是动态的、不断变化的，并非静止的一个世界。第二个，我们怎么能够认识变化的世界呢？我讲了三个方法论：一是对象本位；二是寻找结构性的矛盾；三是发现关系条件。用这样的方法论达成了什么样的认识，在于你有多高的天分，在于你有多大的好奇心，在于你有多高的认知能力，每个人都不一样。

录音整理：李天语、杨程晨、成瑶瑶

校对：赵涵漠


学术前沿

第二十讲
城市精神的伦理和政治意义[1]

◎ 贝淡宁

英文名为 Daniel A. Bell，生于加拿大，现为清华大学哲学系教授。1985 年加拿大麦吉尔大学获文学学士学位、1988 年牛津大学获哲学硕士学位、1991 年牛津大学获哲学博士学位。先后在新加坡、美国、香港等国家和地区从事教学与研究工作，2004—2005 年，任清华大学伟伦特聘访问教授，2006 年至今，任清华大学哲学系教授、博导。他的成名作有：《社群主义及其批评者》（*Communitarianism and Its Critics*，牛津大学出版社，1993），该书也是他的博士论文，采用柏拉图风格的对话体，出版后便跻身具有世界声誉的政治理论家行列。他还著有《自由民主之外：东亚背景下的政治思考》（*Beyond Liberal Democracy: Political Thinking for an East Asian Context*，普林斯顿大学出版社，2006）和《城市的精神》（The Spirit of Cities，普林斯顿大学出版社，2011；中译本重庆出版社，2012）。最新著作《中国模式：贤能政治和民主的局限》（*The China Model: Political Meritocracy and the Limits of Democracy*，普林斯顿大学出版社，2015）获得英国《金融时报》2015 年社会科学类年度图书。

世界上最有影响力的口号是什么？“I love New York.”现在有很多类似的口号，但是这个爱城市的概念还没有人讨论，为什么我们应该爱我们的城市？比如，北京就有北京精神，“爱国创新包容厚德”，这些口号是如何被选出来的？这就涉及城市精神或气质。如果没有独特的城市精神，人们就很难爱这个城市。所以今天要讨论的问题是为什么“爱城主义”（civicism）是一个好东西？很多人有这个情感，但是很难表达。我们在写《城市的精神》这本书的时候就是为了讨论这个问题。

我们先来看一些城市的例子和相关的图片。这个是西班牙建筑师法兰克·盖瑞在毕尔巴鄂设计的博物馆，这家博物馆改变了这个城市，使它变成了艺术的城市，城市

1　演讲时间：2014 年 1 月 2 日。

的精神就确立了。这个是耶路撒冷，怎么去知道这个城市的精神？一种方法是去看这些城市极端的情况是什么。在耶路撒冷，有一种“耶路撒冷综合征”，游客在这个城市会相信自己已经变身成为耶稣。耶路撒冷的精神和宗教有关系。这个是蒙特利尔，它的城市精神和语言有关系，我们应该说法语还是英语，有政治的意义。照片中有作为蒙特利尔象征的“加拿大人冰球队”的旗帜，他们支持魁北克独立，提倡保存法语。

这个是新加坡最老的大楼，是当时东南亚最高的楼。新加坡一方面是城市，另一方面也是国家，新加坡 1965 年独立的时候，问题是怎样构建一种民族主义的认同，这个是新加坡特有的。所以它们想保留自己的历史，民族主义的基础是历史。这个是北京的国家大剧院，很多人认为最大的问题是这个建筑和政治没什么关系，而它旁边的建筑却都蕴含着政治的价值观，有人给出的解释是，音乐也有政治的意味，儒家就讨论过这个问题。这个是牛津，是一座学术的城市，它们在玩的是板球，有很长的历史，和学术的精神相关，这项运动比较符合城市的精神。这个是柏林的国会大厦，屋顶是透明的，因为在“二战”的时候柏林是最不宽容的城市，但是现在城市的精神是宽容，所以它的建筑物会代表着这种价值观。这个是巴黎，一座浪漫的城市，可是巴黎人心目中的浪漫和游客们认为的浪漫不一样，他们的浪漫是一种非资产阶级的生活方式。他们是反对现代资本主义社会的粗俗物质主义，所以他们会吃一些没有进行过巴氏消毒的奶酪，这在欧洲别的城市是被严格禁止的。这个是 1905 年的纽约，当时人们为什么愿意移居到纽约？因为纽约是一个能够实现梦想和雄心的城市。总体来说，我们要讨论的是，为什么城市的气质有一些伦理学和政治学方面的意义？

我的专业是政治哲学，政治哲学和城市的精神有直接的关系，古希腊哲学家柏拉图在《理想国》中反对雅典的民主，更推崇斯巴达的寡头模式。耶路撒冷代表宗教，有很长的历史，很多研究宗教的学者都在这个城市。在蒙特利尔，有很多研究语言的著名学者。他们关注的问题和这个城市的气质有直接关系。中国的战国时代有不同的国家，它们的首都在不同的城市，政治思想家和战略家带着不同的主张从一个城市跑到另一个城市。因为当时有不同的城市精神，所以也会影响到这些伟大的思想家的理论。现在的城市和以前的城市不一样，那么城市代表了现代世界的不同政治价值观的说法还能成立吗？我们觉得还是可以说得通的。

城市的规划反映了这个城市的价值观，除了经济因素的影响。街道标志的语言在蒙特利尔必须要法语，在阿拉伯国家中妇女不可以上街，这体现了性别的权力关系，现在欧洲的一些国家不允许汽车进入市中心，这也是价值观的表达，出租车的司机讨论的话题也会表达城市的价值观。比如，北京的出租车司机愿意与乘客讨论政治话题。

城市的居民也会受到城市精神的影响。欧美城市中那些令人敬畏的大教堂可以加强人们对于更高存在者的信仰，而类似北京机场这样的庞大建筑可以巩固人们对于强大国家能力的信念。

我们怎么评价城市的方式也会受到城市的气质影响。很多人说“我爱北京，我讨厌上海”，人们不会觉得奇怪，但是你说“我爱中国，我讨厌美国”就会有点问题，国家那么大，我们不能这么一概而论，但是对于城市我们可以作这种判断，人们可以说我爱哪个城市、不爱哪个城市。城市对于外来者的喜欢和认同或许更开放一些。一个外国人更容易说“我爱北京”而不是“我爱中国”。

但是现在很少有学者讨论这些问题，我们为什么应该爱一个城市？按照儒家的价值观，我爱我的家庭，我推及这种爱，但是越推及这种爱越减少，按照这个原则，我们爱城市胜过爱我们的国家。现在很多城市好像有自己的政策，比如，纽约前市长觉得美国没办法解决全球变暖问题，但是每个城市可以帮助作一些贡献，所以现在纽约和其他城市一起讨论如何解决全球变暖的问题。所以，我们需要一个概念来表达我们对城市的爱，我们创造了一个词“爱城主义”来表达这种爱。

为什么城市精神是个好东西？大家都有社群感，但是哪些社群更重要？首先是和而不同。在某种程度上，一方面，它是一种审美的愉悦：不同类型的城市能够创造出更为美好的人类图景。另一方面，这也是多样性的道德要求，不同种类的城市增加了我们不同形式的社会生活和政治生活的可能性。比如，新中国的前 30 年按照苏联的模式建设，后 30 年按照美国的方式建设，所以很多城市千篇一律。我们更加需要探讨各种不同的、独特的城市精神。气质能使社会生活更具价值和趣味的多样性。此外，现在很多问题在城市层面能比在国家层面上更容易实现。不同的城市可以解决不同的问题。

提倡城市精神，可以抵抗全球化带来的同质化倾向，如果是用国家精神来抵抗这个倾向，存在一定的风险，但是可以用城市精神可以抵抗这个倾向。国家经常不得不遵守国际协定和规则，将多样的文化转化为单一的消费主义文化。因此，与全球化作斗争的活动在国家层面上无法进行，但在城市层面往往可以实现。怎么样抵抗这个倾向？我们怎么通过分配资源来保护独特的城市精神？如果一个城市具有独特的精神和气质，更容易获得国际声誉。

当然，全球化也带来了很多好处，比如开放性。如何在保存独特性的同时也保护开放性？全球化强调开放的态度，资本、人员、商品可以自由流动，给一些国家发展提供了更多的经济机会。从理念上看，儒家所宣扬的“天下”与“全球化”的概念也

并不矛盾。

我们说，每个城市的精神有好的，也有坏的。当然有一些不好的精神，比如“二战”时柏林的种族隔离。所以城市最基础的价值观应该是比较开放的价值观。我们要使开放性和独特性相结合。一个城市先要解决最基本的问题，比如，贫困问题。之后，再来探讨城市的精神，我们应该尊重不同的城市精神。一个很好的体现是“入乡随俗”。虽然有时候你不完全同意这种价值观。比如在香港，贫富差距很大，但是我们不应该用一些以经济平等为重点的城市精神去批判香港。香港的精神是保留自己的资本主义生活方式，它们的精神完全不一样。再比如在新加坡，它的问题主要是国家建设，和别的城市遇到的问题不一样，所以我们不可以用一些比较富裕的城市做标准，来批评新加坡的政策，因为它们遇到的问题不一样。在蒙特利尔，我们要保护自己的语言，要求英语区的商店店主挂上法语招牌。同样道理，你不可以用别的城市标准来批评蒙特利尔，因为这种做法符合蒙特利尔的原则，它们认为法语非常重要。在耶路撒冷，强令商店和大学在宗教节日关门也并非没有合理性，因为这座城市的宗教气质很突出。因此，对城市精神或气质的批判必须建立在详细了解当地情况的基础之上。

当然，关于城市的精神或气质也有一些限定。不一定每个城市都要有自己的精神，每个人喜欢的东西都不一样，当然有气质的城市还是更好的。有些人喜欢这样的城市，有些人喜欢那样的城市，都是可以的。总体来说，城市应当具有自己独特的精神或气质。另外，与国家不同，人们可以效忠于一种以上类型的城市精神或气质。从这个角度来看，城市比国家更开放。当然，你不可以说，我爱所有的城市。但一个人能够属于若干个不同的群体，允许把自己的忠诚和兴趣扩展到其他城市。并且必须有人从事对保持和促进城市气质而言必要的工作，我们不能都在“搭便车”。

现在我们来谈谈，谁来决定城市的精神？我们可以用一些社会科学的方法，比如，使用民意调查问卷或者价值观调查，虽然这样的调查往往是为了对比国家或者更大的区域而不是城市的。我们还可以通过看这个城市在预算中如何分配资源，由此来看这个城市的价值观。比如，在蒙特利尔用于保护语言的预算比例肯定高于其他城市，而在牛津，学术和文化所占的预算比例更高。我们通过搜索引擎的点击率来看城市的精神。或许更重要的是，利用档案来看城市的规划是如何反映价值观的。

还有一些质化研究的方法，通过对城市居民进行深度访谈可以了解。我们还可以通过随机逛街的方式，最著名的例子是文学理论家沃尔特·本雅明（Walter Benjamin）通过闲逛来了解巴黎。

当然，作为个体，每个人对城市会有不一样的解释。所以我们欢迎别人检视我们

的观点，比如，成都与休闲；孟买与电影；京都与传统；圣何塞——硅谷的所在地——与对技术的信念，等等。

那么城市精神背后到底蕴含着怎样的政治意味？第一，这个城市得没有贫富差距或民族、种族之间的巨大鸿沟。如果不同的群体过着完全不一样的生活，你很难总结出得到普遍认可的城市精神。第二，某个城市和另一个城市之间保持着竞争的关系。这种竞争不同于国家之间的竞争，不会带来很大的问题。正是这种竞争，激发城市持续性地创造自己独特的城市文化和精神。比如“蒙特利尔加拿大人队”如果不能连续打败“多伦多枫叶队”，他们就不大可能那么出名，以至于成了城市的象征。第三，该城市的气质受到外部力量的威胁，因而居民们有强大的动机为保持他们的认同而奋斗。例如，蒙特利尔市民为了在“英语的海洋”中保留法语而奋斗。第四，城市有实质性的权威来推行法律。作为城市国家，新加坡是个极端的例子，它可以通过严苛的法律来确保不同种族的居民谨言慎行，连口香糖都不能吃，目的就是建设一个美丽整洁的“花园城市”。中国的城市则通过户口的手段来保护城市身份和精神的统一性。第五，城市拥有或曾经拥有伟大的城市规划者，这些规划者拥有道德上的、政治上的以及法律上的权威去颁布变革性的计划，以打造共同的精神或气质。例如，巴黎的奥斯曼男爵，纽约的罗伯特・莫斯，以及新加坡的吴庆瑞。还有，需要一些外部影响，诸如一场广告活动或一部电影，给一个城市打上某种东西的烙印。当然，城市本身一定要具备一定的物质基础，这种努力往往只有在这种标签与人们心目中已经存在的某些特征相互吻合的时候才会获得成功。例如，“巴黎与浪漫”得益于一些好莱坞电影的推广。上述这些因素都影响到了城市精神的形成和巩固。

在此，我想讨论一下关于北京精神的口号，问题是由谁选取的这些精神，如果使用问卷或访谈的手段进行调查，在此基础上再进行价值观的选择，效果可能会更好一些。有人开玩笑说，这四个词分别代表了北京不同的四个区域，“创新”是中关村，“包容”是北大的精神，“厚德”是清华的精神，“爱国”是中南海，但是我不是特别喜欢“打造城市品牌”（city branding）这个概念，固然它很重要，但它强调的是一些表面的现象。如果我们真的要研究城市精神，我们需要问一些规范性的问题，例如，为什么这种精神对这个城市而言很重要？所以，也有很多人会质疑我，你说“爱国”作为城市精神不合适，是不是在反对爱国主义？我并不反对爱国主义，爱国主义有两种：一种比较温和，另一种比较激进。因此，我上面说过，爱国主义可能导致只爱我的国家，不爱其他国家，而“爱城主义”却可以表达对多个城市的喜爱。大家看到美国，在纽约生活的人们认为，我爱纽约比我爱美国更加重要，他们会对国家保持一种更加理性的爱。

因此，在这方面，我认为“爱城主义”可以用来调和“爱国主义”中比较激进的那些方面。

提问环节：

问：老师您刚才讲，提倡“爱城主义”的目的可以调和“爱国主义”中的一些激进的方面，但是随着老师您将“城市精神”赋予更多政治意涵的话，到后来，提“爱北京”这个概念也可能会有政治的特殊含义在其中。但我并不否认，“城市精神”对于改造我们的城市有一定的帮助，比如在城市环保上面，但在政治层面上是意味会弱一些。这是我的看法，不知您是否同意？

答：我同意，但还是不可避免地会有一些政治的问题，比如，我们如何来分配北京的资源？依据何种价值观来决定？而且决定“北京精神”或“北京气质”的核心因素是什么？我们不可以说，这只是文明或者文化的问题，这就是政治的问题。我也认为这些政治的问题也应该被考虑。

问：可是对于不同的流动人口来说，应该保持一种什么样的城市精神？因为在不停迁徙的过程之中，我不可能保持对某一城市的爱，跟在本地生长的人来说，他们的爱是不一样的。

答：OK。所以呢？请你接着说。

问：所以，城市精神的提出是如何让人真的受到城市精神的影响，就像我刚刚提到的两种人群：一种流动人口，一种是本地人。对于流动人口来说，他们也许没有一种城市的概念在其中。

答：我想不同的城市应该是有区别的，比如纽约，应该有 57% 的人口并非在纽约出生。因此，我们的标准跟不同的城市气质也有关系，有些城市并没有那么开放，可能对流动人口比较歧视，而纽约号称是世界上最开放的城市，跟芝加哥不同。比如教育制度，芝加哥就比较排斥外来人口，但纽约则截然相反。我的意思是说不能用完全抽象的概念来判断，先应该理解城市的历史、城市的气质、城市的主流价值观，然后再来讨论这些内容。

问：城市精神在不同国家可能有不同的参照物，比如美国，美国是以州为行政单位，那为什么我们的研究单位是城市而不是州，再比如，如果中国的县发展到一定的程度，是不是有“爱县主义”这样的观点提出呢？

答：由于美国实行联邦制，我同意你讲的，州比城市更加重要，尤其是在法律和政治权力方面而言。但很多人认为这恰恰引发了很多问题，比如环保的问题，在联邦和州政府的层面似乎很难解决这个问题，可是城市可以解决这个问题。但是美国

的城市没有政治的权力，纽约是个例外，但是很多城市没有很多政治方面的权力，因此也被美国学者所诟病。

问：北京的出租车司机愿意去讨论一些政治的问题，在您看来，这是北京这个城市政治更开放还是更封闭的体现呢？

答：那当然相比较于朝鲜更加开放，有一些国家它们也用政治上的权力来保留自己的价值观，朝鲜是一个例子，还有不丹，在印度的北边。但是大部分的国家不愿意用政治权力来保留价值观，然而城市可以保留自己的价值观，因为城市比国家更开放。你用了北京出租车司机的例子，是因为他们关注的是政治问题，因为他们受到了"北京精神"的影响，和其他城市不一样，但前提是都是比较开放的。

问：老师您好，我想请问您研究的儒家思想如何在城市精神中得到运用？

答：其实城市精神的理念和儒家没有直接的关系，但是我已经说了，如果是用"恰当之爱"那些原则来判断一个现象，包括为什么有人认为，爱城市比爱国家更重要。但是，说实话，在我们研究的九个城市中，有三个城市适用于儒家的价值观：北京、新加坡城、香港。换言之，可以用儒家的价值观来解释这三个城市的气质，并且肯定可以产生一些比较好的结果。但是像研究蒙特利尔城市的气质，我用儒家思想来解释完全没有用，儒家讨论保留语言的问题吗？没有，没有儒家学者讨论语言的重要性问题。或者我研究巴黎的精神，我愿意运用儒家的价值观，但是我发现一点作用都没有。因此，这方面我还是认为东亚所有的国家和城市受到了儒家价值观的影响，可以用儒家思想来进行研究，但是对其他城市一点作用都没有，就像如果用自由主义的价值观来解释北京精神也不一定有效，道理是一样的。

问：您认为城市的气质是被创造出来的，还是在历史长河的演变中形成的呢？

答：有一些例外，但是大部分的城市气质与其历史有关系，比如说长沙，是一个浪漫的城市，这可能就比较奇怪。因此研究城市的气质先要研究城市的历史和文化，否则 city branding 和城市气质就没有关系了，你看有的城市，韩国首尔，它们有一句广告词：We are the soul of the region，我们是这个地区的灵魂，意思是说，我们是东亚的灵魂。因为首尔与英文的"灵魂"（soul）一词发音相近。但我认为，这句话没有什么意义，比较空泛，没有清晰地传递出首尔独特的城市精神，因此不会引起大家的兴趣。

问：我们知道很多城市，在它建造伊始就融入了其他成功城市的品牌或者特色，从来不树立自己的城市形象，比如您所在的家乡，蒙特利尔就被称之为"小巴黎"，因为在建设的时候，当地的官员想把它建造成一个巴黎的形象，当然受到法语的影响，

还有，比如说，我们国家的哈尔滨有很多俄罗斯式的建筑，有很多东正教的教堂。假如在回溯到几个世纪之前，像现在的圣彼得堡，当时的彼得格勒，就是彼得大帝想去借鉴和靠拢欧洲，所以将城市建设成欧洲的风格，所以，这些例子说明，针对目前北京的状态，您觉得有哪些城市值得北京借鉴，获得一些灵感，从而打造自己的城市形象。

答：好，我说每个城市有自己的精神，可是我的意思是说每个城市是唯一的，但是有些城市也会有类似的精神，比如杭州和美国的波士顿，因为它们拥有相似的精神或气质，所以结成友好城市，来共同解决环保问题。说到北京，北京和很多国家的首都结成了友好城市。一般来说，作为首都的城市都会更加强调爱国主义，可是我个人更喜欢温和的爱国主义，所以我们会关注哪些首都的爱国主义比较温和，对于这方面我认为美国首都华盛顿不是这样，它属于比较激进的那种爱国主义，而一些欧洲国家首都的爱国情结比较温和。

问：所以您觉得北京是一个特别的城市，有它独特的历史，您提供了一种方法，可以和一些城市结成兄弟城市来借鉴它们的经验，是吗？

答：是的。还有一个问题，北京那么大对不对，不管北京还是纽约，我们所强调的城市精神主要强调的是市中心，我们讨论纽约的城市气质主要是基于曼哈顿的，我们讨论北京也一样嘛，北京主要是基于三环以内的。

问：我不是很明白您说的城市气质，在这个背后，实际上是资源分配的问题，比如我对成都的定义是它是一个享乐主义的城市，然后，其他人定义杭州是一个技术型的城市，那么，把资源全部分配到一个城市的休闲娱乐业，而分配到科技建设方面的资源就少，那这样会不会造成一种不公平？

答：这个问题很好。但什么是公平？跟每个城市的主流价值观是有关系的，我的意思不是说，成都是享乐主义的城市，所有的资源都应该用来开茶馆之类。但是休闲娱乐肯定是一个重点领域，因为大部分人会受到“成都精神”的影响。我的意思是说，公平与不公平不能用抽象的概念来判定，应该与当地的文化、历史和主流价值观结合起来。

问：您提到，我们要抵抗全球化带来的同质化，那么我认为，很多全球大都市都受到了消费主义的影响，而且这种影响非常显著，就像我们看到很多地方有着类似的shopping mall，那您认为现在的城市如何抵制消费主义对当地历史和文化的入侵？

答：关于消费主义，我不赞同大家进行抽象的讨论，香港是资本主义的城市，它们强调消费主义的精神完全没有问题，因为符合它们城市精神。但像日本的京都，是

一个非常传统的城市，它可以用一些政策的手段来反对消费主义的入侵。先研究城市主流的文化价值观，再进行判断。首先，我们不应该盲目反对消费主义；其次，使用什么手段来反对比较恰当，这是需要讨论的，这跟每个城市的历史文化息息相关，当然中国也有许多比较传统的城市，那么在城市改造的过程中就要注意保持原有的传统。

录音整理：王海燕、曹宇哲

校对：赵涵漠

第二十一讲
构建我们的社会核心价值观 [1]

◎ 潘　维

现任北京大学国际关系学院教授、北京大学中国与世界研究中心主任；1982 年考入北大国际政治系攻读硕士，师从陈翰笙教授；1996 年获得美国加州伯克利大学政治学博士；研究方向为世界政治理论、中国政治、比较政治；代表论著有：《比较政治学理论与方法》《中国模式：解读人民共和国的 60 年》《法治与民主迷信：一个法治主义者眼中的中国现代化和世界秩序》《农民与市场：中国的基层政权与乡镇企业》等。

一听说听众是新闻专业的研究生，我就拨动了心里一根敏感的弦，特别想来跟你们交流。原因也很简单，因为新闻业是今天我们国家最重要的一个行业，甚至被新一届领导称作是关系到党和国家生死存亡的这一块，新媒体已经成了关注的焦点，专门成立了网信办，负责网络管理。因为这是全新的现象。过去一直是党管媒体，后来突然发现，传统媒体被边缘化了，而新媒体大都落在资本手里。过去它就只值几万块钱，结果现在市值上亿美元了。新媒体带来的问题和挑战不独中国遇到，在其他各国也都出现了类似的问题。但我今天想谈的不是这个问题，我今天要谈的包括新闻业在内的各行各业需要面对的一个基本问题：如何构建社会核心价值观。这个问题对新闻专业的学生来讲尤为重要。

从价值观到社会核心价值观

我们先来说说，什么叫价值观。价值观是对事、对物的一种主观判断。判断什么呢？原来是判断重要性。近代以来，我们进入市场化的时代以后，就是值不值钱很重要。

1　演讲时间：2014 年 10 月 9 日。

因此我们就把“重要性”这个词改成“价值”观。

什么叫对事、对物？我用石头举个例子，西方人说这是石头，中国人说这是美玉。全世界欣赏玉的就只有中国人，对别人来说就是漂亮的石头。如果你认为这是美玉就值钱，你认为是石头它就不值钱，在西洋人眼里就不值钱。重要不重要，值钱不值钱，对于人都在变化之间。再如重金属摇滚乐，西方人认为重金属摇滚是伟大的音乐创造。在美国读博士的时候，我带了几位国内来访的老先生去听了一场摇滚音乐会，我特地弄到前排的票，开场几分钟之后，他们就受不了，说心脏病要发作了，立即就要走了，绝对不能容忍，认为那是噪音。你看，做噪音就不值钱，但做伟大的音乐就很值钱。这就叫价值观不一样。同样的道理，《小苹果》对我来说，那是垃圾。为什么呢？因为它没有好听的乐曲，也没有诗一样的歌词。但是对于我们今天的社会大众来说，那就是好东西。所以这就叫价值观。

接着我们说第二个概念，什么叫社会价值观。社会价值观是关于社会关系的价值观。社会关系有很多种。这个价值判断就不仅仅是重要和值钱的问题，而是一种应然，一种道德审判。社会关系的对象就比一般的价值观的对象小得多、少得多了。它大体可以分为十几种，人与人之间的关系有什么关系呢，不同性别之间的关系，可能是最基础的。还有不同地域的人之间的关系、不同年龄者之间的关系、民族的关系、国家的关系，总之，涉及社会与人之间的关系的判断。而这种判断是关于什么的呢？是关于对不对、应不应该。

这十几种关系要是排列组合以后也是无限多。我们拿最简单的两性关系来说——当然你也可能说不止两性，还有第三性，叫中性——如果要说同性恋、异性恋、双性恋，再加上贫富、社会地位高低，把几个要素往里一混，无限多，这就是社会关系。那么社会关系里就有应然的问题：你应不应该歧视同性恋？或者你怎么看待老少恋？类似于这些都是一种道德审判，是关于应然的问题，而不是关于实然的问题。

第三个叫社会核心价值观。什么是社会核心价值观？第一，是对重要的社会关系的判断。重要，指的是什么呢？我自己认为，分成贫富、尊卑、穷人与富人之间的关系、地位高的人与地位低的人之间的关系，是凝聚社会共识最重要的关系。因为贫富、尊卑之间的关系大家认为正当、道德，所以大家才能生活在一起，否则就会革命，就是分裂。社会分裂了，社会革命了，政府就崩溃了。所以我说首先是关于重要社会关系的价值观。第二，是大家共同分享的。为什么叫作核心的呢？就是说大家都认同。贫富、尊卑，大家都认同这样的关系我们共同都能接受，穷人也接受，富人也接受，地位高的人也接受，地位低的人也接受。那么这个社会我们就能和谐地生活在一起了。所以说，它是共同分享的价值观。

国家治理的手段

再来说说社会核心价值观在国家治理中的作用。我来给大家讲一个政治学方面的知识，这个知识不是一个普遍的知识或一个创新的知识，却应该是一个普遍的知识，对我自己而言，我希望这个知识成为普遍的。在这个知识体系里面，你就知道社会核心价值观凭什么重要。

治国手段不外乎以下四种。

1. 以暴力为基础

第一个方式，以暴力为基础，维护社会秩序和各阶层的利益。一个社会、一个国家想建立并维护下去，必须有社会秩序。这个秩序就是以暴力为基础，垄断暴力，来维持社会秩序。治国就是关于人的利益问题，第一个就是全社会都得有秩序，不能我种了庄稼，隔壁那家膀大腰圆的就把我们家庄稼给割走了，那不行。暴力必须垄断，只垄断于一家。为什么呢？在今天你可以想一想，有人杀了你哥哥，然后你把他杀了，你突然发现你也是杀人犯。为什么不能有私刑，只有国家才有权力杀人，任何人没有资格杀人。这叫暴力的垄断，只有这样才能维护秩序。所有国家都这样。

美国虽然人人都有枪，但只有拥有枪的权力，没有使用枪杀人的权力。美国人民有了拥有枪支的自由，有人说有 3 亿多支枪，有人说有 15 亿多支枪，我也搞不清楚到底有多少。因为有了拥有枪的自由，美国警察在使用暴力上的限制是全世界最少的。这个对于中国人来讲就特别难以理解，不知道警车车灯一亮，警铃一响就必须得停下车来，否则即使在高速公路上警车也会追你，我们国家规定高速公路上不许追车，追车很危险，但是美国的高速公路就可以追车，警灯一亮你必须靠边停下，不停下来可能拿枪打你轱辘，那你的车可能翻，停下来后两只手放方向盘上，警察会告诉你把车窗放下来，然后让你把驾照拿出来，同时有人录像，哪个车牌号，在哪儿，抓住一个人，你逃不了。但是掏驾照的时候，你的手要快，不能慢慢地掏你的驾照，否则警察以为你在摸枪，可以一枪打死你，还白打，因为规矩就这么写的。有的中国人初来乍到不熟悉，还跟警察吵架，那警察就能向你开枪了，这是规矩。所以你们很难理解，美国警察使用暴力怎么这么没限制。一个黑人在开门，就因为钥匙有点毛病，他在那儿捅半天捅不开，就被打了 30 多发子弹。打一枪就可以了，怎么打了 30 多枪，即使这样，怎么判警察都是无罪的。警察认为他是溜门撬锁，让停下来他没听，所以就开枪打他。所以我们说，合法依规使用暴力是治理社会的最基本手段。

2. 代表利益集团

中国有句老话，“光脚的不怕穿鞋的”，电影里那些拿着大砍刀出来对着荷枪实弹的拿着自动步枪的人，你就感觉到了老子所说的这句，“民不畏死，奈何以死惧之”，他死都不怕。我们过去共产党讲这方面故事讲的就多了，“信仰的力量”，对不对，你严刑拷打没戏，我们这帮人拿着梭镖大刀就上了，国民党拿着机枪来扫射，我们的信念就是共产党人一定会赢的，这就是叫“民不畏死，奈何以死惧之”。

这意味着政府要代表强大的社会集团的利益，哪个集团最强大，就代表谁的利益。强大可以有各种说法，今天你们熟悉的叫“数人头”，就是计算人数的多少。那“砍人头”的力量也是一种强大，金钱的力量也是一种强大。你觉得你们在这里很有权力，但你知道捐钱、捐楼的这些人，把自己名字列在那儿的那些人呢，势力更强大，比你们还强大，他直接买通了管理者。你认为考试是最公平的，如果我捐一个楼，我们家孩子可以随便上这个学校，任何这些考试的规矩都可以不要了。我们这些做老师的人最清楚。权力的力量以我们是看不住的。

强大还可能是因为出身，中国老话讲“龙生龙，凤生凤”，照过去的经验，很多国家的人都很认同这个，在美国，他们的总统是老公当完老婆当，老子当完了儿子当，儿子当完了兄弟当，这种可能性是很大的，经常有的，罗斯福家族、布什家族，乃至今天克林顿家族，那要是搁中国，就很难接受。你说“二胖”“三胖”，你怎么不说“布二胖”“布三胖”呢？有人说，那是经过选举的，什么叫选举？人民以为是 elected by us，其实是他们 have themselves elected，所以他们经过了这个选举的过程又怎么样，这个过程，人都是可以操作的，全世界都是一样的，你以为，就这儿程序不正常，人家那儿正常？那我只能说，你真的是“too naive”。

代表强大的利益集团，你就能稳定，就能统治。这个东西我们有时候叫 representation，有时候叫 accountability，是一样的意思。你说这国家怎么不 accountable 呢，accountable to whom ？强大的利益集团。那问题来了，那弱势群体呢？弱势群体如果团结起来是要反抗的。比如美国的黑人，在总人口里面就占百分之十几，那没办法，我就得反抗，从民权运动一路闹到今天。

我说的是越来越复杂，你可以把第一个叫民主，第二个叫法制，又怎么样，名字叫得越来越漂亮，本质还是一样的。从秦始皇那时候那样，从周文王那时候也那样，都是干这事的，代表强大利益集团，或者用暴力执法。

3. 平衡利益

第三个叫平衡利益，或者我们称为责任感。什么责任呢？平衡利益的责任。我

们前面如果叫 representation 或者 accountability，那这个就叫作 responsibility。那么，responsible for what，平衡什么利益?

就三对利益。第一个，叫部分与整体利益，我们新闻学院和清华大学的整体，我们清华大学在整个教育系统这个整体里面,就是部分与整体。把钱给了清华给了北大，建立了一流大学，其他大学都甭竞争了，全中国人都竞争这两所大学，公平没了。过去不是这样子的，我 1978 年考大学的时候，那时候好多的一流大学，大家并不一定就选清华、北大。现在不少地方的媒体会传播这样的消息，今年我市、我县清华考上了几个，北大考上了几个，似乎除了清华、北大就没别的好学校了。为什么呢?因为人为地抬价了，给你太多钱了。所以呢，平衡部分与整体的利益，这是第一个方面的利益。

第二个，叫作平衡现在与将来的利益。我们知道政府靠卖地收入赚钱，今天你这一届政府把地都卖光了，那下一届政府还过不过了?假如说，清华、北大花钱就能上，本科生一个名额卖 100 万元，一点问题都没有吧，我看卖 500 万元恐怕都是有可能的。那对我们教授意味着什么，收一个学生我可以买套房子，这就叫眼下的利益，那将来呢，你这么玩下去，清华、北大还能培养人才吗?我们国家还有将来吗?这就是眼前利益和将来利益之间的平衡。

第三个，变与不变的利益。有的人说要变，有的人说不变。有人说，这老师三年不出成果，开了他。有人说，我没出成果，粉笔灰我吃了一肚子吧，我没功劳我有苦劳，我天天晚上在那儿熬着做 PPT。

这就是我们说的责任，你要能平衡利益。平衡什么，部分与整体、眼下与将来、变与不变的利益。但是这个也有问题，做领导要有平衡各方利益的责任，更要有能够决策担当的责任，第一需要智慧，第二需要能力，这种智慧与能力是极其少见的。我们年轻的时候雄心万丈，我们都会说，世界是我们的，将来是我们的。这话没错。然后谁都看不上，看老师觉得老师没啥本事，评论这个评论那个，敢为天下先，年轻嘛。但真的我有一重要的事，我还真不敢交给你，因为我知道你没这能耐，这能耐不是三天两天练出来的，它是在经历一个人的大风大浪的痛苦中熬出来的，磨炼出来的，而且，很多人经历大风大浪，只有极少数人能活下去。而你今天没经过风，没经过浪，你根本不知道在风和浪中该怎么走，你去了必定淹死，你把我事儿给办砸了。所以我有重要的事我不会交给你，直到你有一天展示出来你的才华。你说你得有机会让你练，我没钱让你练，我这“一锤子买卖”砸下去了以后，我的钱都打水漂了，所以我不会给你这个机会的，直到你自己显现出来这个能力。

核心价值观与国家治理

那么，除了上面讲的三种手段，我们就有了最高级的方法来治理社会，也是最复杂的方法，就是构建社会核心价值观。

这当然也是最难的一种方法。比如说宗教，一个伊斯兰教团结了世界上 17 亿人，一个基督教凝聚了一个东西，叫作“西方”，就一个词，这个词的内部的理解你可以各种各样，但是如果你单说我们是基督徒，我们是伊斯兰教徒，在这个世界就找到朋友了。就像我们说，《国际歌》是一个符号，它表明你是共产党员，不管你用什么语言，不管你是什么民族，走到哪儿去，只要一唱起《国际歌》来，我们就找到了同志。

我们说核心价值观是什么？它就是这样的一种东西，它能够把大家凝聚在一起，就是所谓的“公平正义”。每个不同的民族，每个不同的人类群体都有对“公正”的不同理解，但是核心价值观就是对于贫富、尊卑的一种关于“公正”的认识。它是一个符号。

但是这个符号怎么能让所有人共同分享呢，成为社会的主流呢？社会的主流而不是官方的主流？你那个大口号天天放着，你把它背得下来？这就叫官方的，口号里面的，大马路标语上的，但是它不是全社会的。人们背都背不下来怎么是全社会的呢？社会主流不是官话，不是口号。这样才能够凝聚人民，让贫富、尊卑团结在一起，你就能治理。

这是最高级的一种治理方法，但也是最难的一种治理方法。为什么呢？就像你们看到的，有的人说我们有个核心价值观能团结在一起，比如说香港说“法制”，公民抗命就是反法制的。发生“占中”事件时大家看到了，香港的核心价值观“法制”已经在崩溃中，“守法”这个核心价值观也在崩溃，在年轻一代人中间不认同。而台湾地区的“太阳花运动”，几百个学生占领了民选代表的“圣殿”——“立法院”，由此看到他们对民主价值观的不认同。而一个核心价值观如基督教、伊斯兰教、共产主义等经历的塑造过程是极其漫长的，甚至充满了各种磨难，所以塑造一个核心价值观极不容易。

接下来我讲讲一个核心价值观的形成需要什么标志，如何知道一个社会核心价值观形成，以及能看到它是什么东西。要形成核心价值观，我认为有四个要求：

1. 表达简洁

对于欧洲来说，阶级界限非常分明，比如在英国，一听说话就知道是上流社会还是下层社会，因为其口音和用词都不一样。甚至通过看一个人的姓氏，就能判断他的

家庭是否有地位。这种等级的区别是需要一场法国大革命似的疾风暴雨，需要流很多血，才能完成近代社会要求的“平等”。而近代社会的平等源于航海大发现等事件，殖民地和航海为革命找到了一个“出口”，当人们登上漂向大洋彼岸的船只，成为移民，社会革命就自动完成，因为船上没有贵族，贵族不会背井离乡。

在欧洲，政党是按阶级的阵线组成的。比如在瑞典，四个阶级四个党。在美国则看不出来，因为美国没有欧洲意义上或者列宁传统上的政党，没有党员党支部，美国的政党是一个选举机器，跟我们说的党不是一回事。所以今天我们看到欧洲与美国的价值观不一样。对于欧洲，打破等级区别，团结全体人民，民主是核心价值观。另外，对于世界上其他很多地区，核心价值观有佛教、基督教、伊斯兰教，都是一个简洁有力的词，其主要的目的是说明大家团结一致。为什么要用一个词？用一个词表明价值观没有分裂是统一的，是大家都能认同的。如果弄出一堆词，如自由、民主、平等，会发现它们之间会相互打架、相互矛盾。

2. 官民共享，官民一体

不能官方精英们信一个，普通老百姓信另一个，这样官民必然分裂。一个国家的核心价值观是指所有贫富、尊卑的人都共同信仰的，否则社会可能发生分裂，还会流于虚伪。所以核心价值观必须是官方精英阶层和老百姓共同信奉的。

3. 有文明或民族特色

一个大型文明有自己的东西，中华文明显然是一个独立的文明，需要体现自己独立自主的特色。如果全都使用外国的东西，核心价值观恐怕建不起来，因为它必须深深植根于我们脚下的土地，我们的历史和文化，否则它站不住脚，永远遭受批判。比如基督教、伊斯兰教、佛教、民主、自由等核心价值观，都体现了不同的文明特色，所以才站得住脚。如果泰国的核心价值观不是佛教，那会很麻烦；如果中东地区的核心价值观不是伊斯兰教，那会遇到巨大障碍。

举例子来说，一年十二个月，他们留出一整个月，在有太阳的时候不吃不喝不做爱。这做起来非常困难，但就是表明在神面前人人平等。太阳落山后大家到清真寺，有钱人将白面和羊肉捐出来，坐一大桌一起吃饭，没有贫富、尊卑。就这样穷人和地位低的人认可了这个社会，就这样富人和地位高的人能够将穷人和地位低的人笼络到一起。因此对于这样一个极端崇尚平等的宗教，自然就会与以个人和消费为中心的当代资本主义发生激烈冲突。

4. 国际接受

在全球化时代，国际接受很重要。如果某个价值观，自己接受但被世界坚决拒绝，由于全球化将大家都连在一起，其内部也支撑不住。

基于以上四条标准，大家可以判断什么是社会核心价值观。不是什么都可以往社会核心价值观里装，只有关于社会关系的核心价值观才有统治和政治的意义。我看懂得这个道理的人不太多，但这个正是我们作为新闻工作者和新闻研究人员需要理解的。

中国的社会核心价值观

西方社会原来是阶级和阶级斗争，因此它将民主作为核心价值观。由于社会是不同的阶级关系，因此又需要法治。为什么是法治？在中国，守法跟道德没有一点关系。改革开放首先破坏的就是当时已有的法律，我们先有了政策，等做成功了再回来修改法律，我们就进步了，这就是改革开放。而在西方，守法就是道德。法的英文是 law，law，意思是 divine（神圣的）。按基督教的说法，它最初来源于摩西在西奈山上与上帝立约，虽然是跟以色列所有部落立约，但是基督教被普世化以后，可以理解为上帝和所有人立约，这就是契约，契约精神就是神圣的精神，所以契约是道德。此外，law 的意思再往下是自然法，是指不以人的意志而改变的自然规律，所以符合自然法是道德的、正义的。

因此在西方，守法是道德的，而我们守法是被迫的。我们的法不是 law，是办法，是让人就范的手段。

那中国的道德从哪儿来？从家庭中来，所以我们叫伦理道德。伦理道德和宗教道德不是一回事，它们体现了两种不同的大型文明，而其早在几千年前，就已经分化。家庭是人类再生产的基本单位，这是全世界的共识，但是中国的家庭有不一样的地方。

第一，中国的家庭是经济基本单位。在世界绝大多数其他地方，从奴隶制，到农奴制，再到雇佣工制，家庭从来都不是经济的基本单位。而在中国，一家就是一个农场，再加少量雇工，形成家庭耕作制。家庭耕作制曾经在人民公社形成到解体前后 20 年中有所破坏，但除此以外，我们一直如此。而在城市里，90% 以上的私企是家庭企业，而作为雇员，最大的希望就是建立自己的家庭企业，哪怕是在一个大单位中，也要圈出一小块地盘来自己当家做主，由此可以看出我们的文化基因。

第二，对家庭的忠诚不受宗教的影响。如果了解基督教在中国的历史就会知道，

对于基督教徒，拜祖宗就不拜上帝，拜上帝就不拜祖宗，宗教和家庭争夺忠诚。在泰国，大量家庭的财产被送到庙里，一个成年男子一定要花相当多的时间在庙里修行，这跟对家庭的忠诚是矛盾的。

第三，中国从来不是军事化国家。如果了解从古希腊到古罗马的历史就会知道，西方传统上是一个军事化的世界，而美国总统除了克林顿、奥巴马等少数几个人之外，所有人都当过兵。而在中国，好男不当兵，好铁不打钉，因为军队是争夺家庭忠诚的一个重大单位。因此，中国没有古希腊似的军队传统，没有寺庙传统，而且以家庭作为经济单位，由此可知中国的家庭为何如此强大。有人说西方人特别想娶中国女孩，但最大的恐惧是娶了她，她的爹妈姐弟都跟来了，这是西方人不能接受的。

由此，我认为中国社会的核心价值观是“大家庭”，符合我上面讲的四个标准，这个词简洁，官民一体，鲜明的民族特色，全世界能够接受，这就是我的答案。近至我们居住的社区，中观到一个乡、一个县，大到全国各民族，再大到世界全人类。它暗含着博爱的思想，但又不那么虚伪。其中的亲缘关系是越来越远，由近及远分层次。世界上最好的政治是什么？就是我们的官员把老百姓当作子女一样热爱。用《礼记·大同篇》中的话说就是：“人不独亲其亲，不独子其子。”《四书五经》中第一本书是《大学》，其第一句话就是：“大学之道，在明明德，在亲民，在止于至善。”德是什么？就是家庭道德；亲民就是把老百姓当作自己的亲人；至善就是全心全意为人民服务。所以我们说“修身齐家治国平天下”，我们整个的政治道德源于孝悌，孝就是孝敬长辈父母，悌是兄妹之间的尊重，这就叫家庭伦理。孟子说，入则孝，出则悌。就是进了家门要孝敬父母，出了家门要以兄弟姐妹之情对所有人。有了孝悌则有了忠义，这就是社会道德。以家庭伦理走向社会，社会为什么有忠，是因为有孝；为什么有义，是因为有悌。义字是兄弟之间的关系，但是义又是假的，义肢义腿，就是假胳膊假腿。为什么关羽是财神爷，为什么只有信奉关羽才能赚钱？非真兄弟但有兄弟之义，假兄弟但是比真兄弟更像兄弟，如此就能挣钱。如果连这个道理都没有了，在中国说什么法律呀，道德呀，都是没用的。

我们今天全社会的称谓，是血缘称谓，长者叫叔叔阿姨，再老一点叫爷爷奶奶，下一辈叫弟弟妹妹、学弟学妹、师兄师姐，老师之间怎么叫呢？张兄李兄。所以全社会都是血缘称谓，我们的社区不是 civil society，我们是 community。为什么呢，因为 civil society 的背景基础是阶级，是阶级政党下属的各种组织，有阶级背景的组织，有阶级利益在里面。而 community 不是这个意思，它是扩大的家庭，从小家到中家再到大家。现在有人说我们坚持要发展市场经济，但我们这个国家不是这样的，我们是一个大家庭。

第一，我们都是亲戚，它的价值体系体现在这样一个完整的逻辑圆圈里。第二，亲兄弟明算账，但是有互帮互助的义务，不是纯市场。第三，它是有亲疏远近的，有层次的。第四，它是普适的，它将以中国人的形象告诉大家，全世界人皆我兄弟也。它不是以阶级为基础的阶级斗争观念。这就是底气，这是中华文化的传统，但同时也是世界的。

提问环节：

问：老师您好，刚才您提出了“中国需要一个大家庭”这种核心价值观。我想知道，在这个大家庭中，我们每个人的身份是如何去定位的，我们是用什么样的界限去界定这个身份，现在有一个“文化中国”的概念，它包含很多层次，比如一些在新加坡的华人，只要有中华传统的根源，也可以属于“文化中国”这个概念中。那我就想知道您是怎么界定大家庭这个概念的。

答：我还是没太明白你的意思。咱们不用这样讲，我认为我们每个人的身份在国内就是贫富、尊卑，有这样的一种差异。我是有钱人，你没钱，但你可以争取变成有钱人。举个例子说，我们中国人特别在乎的一点，不是贫富差距多大，而是我们希望我们在生活的起点上有公平，也就是有教育的公平。我们希望教育越来越走向平等，而不是到最后只剩下两所高校，其他学校都没有机会。我们希望越来越多的水平一样的小学、中学乃至大学出现，这也是世界文明的趋势。这用大家庭的观念来说就是手心手背都是肉，穷人富人都是人。

那么同样，我们可能不在乎那么大的贫富差距，因为竞争么，大家都会有这种差异，亲兄弟明算账。但是到临终的时候我们是不是应该有同等的生命的尊严？凭什么你们家老人就能在医院里有人照顾，我们家因为没钱治病就得往家里拉，或者说你觉得老人没法儿治了或者没钱赚了，就把老人踢出来。现在有高干病房、富人病房，但就是没有我们普通人的病房。我们希望生命在结束的时候有平等的尊严。这就是大家庭。这就是我们养孩子的道理。我们把人的一生分为三个阶段：第一，是被养，你们都在被养的阶段，父母养着你们；第二，等你们毕业了结婚了，要养小孩；第三，接下来你就会发现，等你把孩子养大了，就该送老人了。作为独生子女，你见过你们的父母是怎么送老人吗？你知道那些老人有多孤独吗？你听说过农村有老人自杀的现象吗？养不了，没人能送他，这个社会越来越不公平，所以你看到父母怎么养小你就知道养小有多艰难，因此我们现在不愿意生孩子。同样你看看你的父母怎么送老，你们的父母就知道了他们在被送的时候会是什么样子。

所以为什么人民的生活水平越来越高，但却觉得社会越来越不公正，我们的生活

越来越艰难。我想，这是我们社会核心价值观的问题。什么叫大家庭，我们社会所有人都是一样的，政府作为一个大家长，要照顾好所有的孩子，你需要真的把人民当作自己的亲生孩子那么带，像老共产党员那样，宁可舍小家也要为大家。如果你做不到，对不起你就要下台，甚至被推翻。这是第一位的。

如果你要说全世界的华人，这里有个误会，马来西亚的华人是马来西亚人，而在那儿土生土长的马来西亚华人尤其腻味别人说他们是中国人。这不一样的。菲律宾的华人就是菲律宾人。我有个学生写了个毕业论文，我指导的，一个硕士生，他是菲律宾的华人，中文说得相当不错，但是坚持说那几个岛礁是菲律宾的，“因为这样得到我们菲律宾人民的支持，而且历史上就是这样的”。说完了以后，我们这儿的老师就让他的论文差点没通过。所以你就能想到，他们是不理解的。这个学生的心意就是告诉你，国内舆论与外交政策之间的关系，在这点上有心意就可以了。他作为菲律宾人凭什么不能有菲律宾立场啊，凭什么非得跟着你中华人民共和国的立场呢？他不懂这个。你怎么可以这样说话呢，怎么可以对中国不友好呢。他是菲律宾人，不要搞错。

问： 老师我有一点困惑，比如说，如果伊斯兰教是一个核心价值，信仰伊斯兰教的人就可以说我是伊斯兰教徒，那这个身份可以让他们有归属感，如果我们采纳大家庭这个核心价值观，那什么样的身份能让我们归属，什么身份能让我们区分出我就是大家庭这个范围内的人。

答： 我觉得就是亲疏远近。我们是民族国家的时代，nation state，有了一个 state 就有了一个 nation，你可以叫中华大家庭。在这个大家庭中，关键是你认不认同这个大家庭。如果全社会都认同这个价值观，你还会讲市场决定一切吗？至少你不能把教育和医疗都交给市场吧。这就是我刚才说的养小送老嘛，我们的这个东西是违反大家庭价值观的，对不对？贪污腐败是违反价值观的，对不对，拿大家的东西往小家送是不对的。所以我们说，第一是孝悌，进而进入了忠义，然后才有了礼义廉耻。想一想，由家进入社会，由社会而进入正道，基本正常。你们可以自己探讨一下这中间的逻辑关系，没有孝悌则没有忠义，没有忠义则没有礼义廉耻。也可以叫忠信。所以我们这个文明跟那个文明有差异，但反过来它一定跟民主法制自由平等有矛盾么，不一定的。它只是我们自己文化上更接地气的一种中国话语系统而已。我们有一个中国学派在理解这个世界，不是离了西方话语系统就不会说话，我们是有中华文化的深厚底蕴的。如果你没有对中华文明的一种深深的自信和自觉，你是不大可能提出大家庭这个概念的。

问： 我听了潘老师这些话，有一个思考，您提的社会核心价值观是当下的一个热点，

这让我联想到古代社会。是不是您今天所说的礼义廉耻、孝悌忠义这些价值观，能让我们联系到中国古代一个词叫作道统？道统对民众来说就是守本分，讲忠义，对士大夫来说要有天下观。但是我又在想，如果，中国古代的社会核心价值观就是道统的话，那它也并没有能够完全保证社会的稳定。因为在中国古代核心价值观以内，除了道统，还有政统和神统。那我们在思考今天中国的社会核心价值观的时候，不仅仅是礼义廉耻，我们如何能把政统和神统融入到今后的社会核心价值观当中去呢？

答：我也不知道为什么大家开始谈道统、政统。我甚至今天第一次听说还有神统。我不能很同意这些词。但你如果说它并没能维护中国社会的稳定，这个话你要小心。首先呢，中华文明是高度物质主义的，缺乏精神文明。但按说对于一个自毁倾向极强的国家，自我毁灭，因为物欲本来就是烧杀抢掠，但为什么一个物欲的文明成了最有延续性的文明呢？我相信是因为中华某一种制度文明，一种很出色的制度文明。在这方面我写过《当代中华体制》这本书，你可以查一下，后来有人称之为“中国模式”。

那么，如果我告诉你中国古代每一个主要朝代，平均寿命是 300 年，你还觉得不够稳定？你们以为，西方自由民主制度是永远能够保持社会稳定的，这种假设是错误的，就好像自从有了美国《宪法》，美国社会就一直是稳定的，这种说法是不对的，19 世纪最血腥的最大规模的战争就是美国内战，因为第一次使用了机枪。那时美国的制度跟后来的制度不一样。在内战之前几乎是准邦联制，它不是一个统一国家，内战之后才有了今天说的真正的美国制度，那么内战之后到现在一共 150 年，它才活了 150 年，我们一个朝代就 300 年。大英帝国从崛起到衰落至无形还不到 300 年，这都是长的。所以说长生不老是迷信，宇宙会毁灭，太阳系会毁灭，地球也会毁灭，人类更不用说了，很可能是地球生物史上一个匆匆的过客。那人类的政治理念怎么会是永恒的呢，人类治理的国家怎么会是永恒的呢，这不可能。长生不老是迷信，但是长寿之方是科学的，而中国的主要朝代都是长寿的典型，这是第一点。

第二点，历朝历代的治国之道，都是正统的治国之道。你说的政统啊、道统啊，我分不清楚这些词，我认为都是要得博士学位想评教授的那些人在那里闹腾。我用最简单的话来说，而且这是事实，叫作“以孝治天下”。你问问，历朝历代的治国之道，自西汉以来，秦朝就 14 年，说不上秦汉一家，汉朝 400 多年，从那儿开始以后，历朝历代均称以孝治天下。这个可以叫“政统”，你愿意你可以这样叫。我们一开始叫“社会主义大家庭”，我们那个时代的人都信，今天的人就不信了。说中华文化当然不如民

主法治自由强了，全玩儿这个，所以你弄了一套价值观，大家觉得莫名其妙互相“打架”。你看多少人在那里批评啊，你民主是社会主义民主还是资本主义民主啊，你自由是社会主义自由还是资本主义自由啊，你都不分了。所以，不但没能团结大家，把所有的好词都往里放，真正的核心价值观反而不突出了。

问：我请教一个问题，您提的这个大家庭，这个社会核心价值观我们现在都了解了。但是中国现在面临一个大家都关注的问题就是新疆问题。那么新疆在我们这个大家庭中，也就是我们部分的兄弟姐妹正面临激烈的冲突，那么我想问一下新疆问题的根源，按照您的这个大家庭的理念，要怎么去解释。第二个问题是，按照您的这一套理念体系，治国之道是否也能成为治家之道。

答：新疆问题的根源。这个事情听起来很复杂，我给你用四条来分析。第一，咱们把它作为一个大背景，叫作世界资本市场的扩张。资本主义与伊斯兰教之间发生的巨大冲突，不仅仅在新疆，全世界都这样。不仅仅在边疆地区，我们内地也是一样的，我们内地也开始信教了，难道不是吗，去拜佛的满身带珠子的，遍地建大庙、建大佛，不是吗？边疆有群体事件，我们这儿难道没有吗？只不过我们觉得那个是“边疆”，什么叫边疆啊，清朝人叫新疆，166 万平方公里的土地，我们全中国才 960 万，要弄清楚。因此我想说，伊斯兰教、基督教、佛教、儒家思想，皆为我中华文明的组成部分。

第二，党风廉政建设不力，引发了群众的不满。这在边疆地区也不例外。大家也看到，“十八大”以来全面从严治党，在边疆地区力度也很大，所以，我相信这个问题会得到解决。

第三，是宗教政策出了问题，这个问题与第一点有些重合的地方。我们对宗教的看法没有做到与时俱进，一些政策和做法还比较僵化。

第四，民族政策没有跟上时代的发展。过分强调民族的差异，这些东西本来在全球化时代都被淡化了，结果我们自己的政策没有跟上，还在沿用苏联的模式，也就是以族立国的方向，而不是像西方那样，以国立族，有了一个国就有了一个族，而只有苏联是“以族立国”，每一个族都有一个国，民族自治，或者叫国家自治。我们的政策则是“取乎其中”，但是偏向苏联，而且越来越偏向，这个倾向也尽快纠正。所以，我们说，第一，资本主义的全球扩张，这个全世界谁也改变不了；第二，党风问题，第三，宗教政策；第四，民族政策。应当从这四个方面重新认识包括新疆在内的边疆问题。

问：正如您所说军队和宗教是分享忠诚的，您说我们国家是一个大家庭，那我想问一下，我们国家需不需要像西方很多国家一样，让大家有一个信服的宗教，以及有没有

可能在我们国家发展这样一个宗教，以及有没有必要。

答：中国需不需要宗教？这个问题学术界有不同的看法。我的看法很简单，中国没法儿用宗教。我给大家举个例子，我们把美国翻译成美利坚，又美，又有力，又坚定；我们把德国翻译成德意志，又有道德，像康德这种，又有坚强的意志；法国有法兰西，有论法的精神，然后又浪漫如兰花。全是美好的想象，拔着自己的头发要想到人家那里去，最近这些年搞市场经济，“向钱看”，道德水平下降了，为什么会不好，因为连伦理都不讲了，你不讲伦理，当然不可能有道德。另外，我们原来那套成熟的社群文化和人民的自组织也逐渐消失了。所以你一定要弄出一个宗教，怎么可能呢？

问：但是国外很多人都认为中国人信仰儒教。

答：是，很多人都这么认为，这是西方人的想象，他们自己有宗教，就认为其他人都得有宗教。这是一种统治世界的思路。所以西方人说了，人类社会有原始社会、奴隶社会，封建社会、资本主义社会，所以中国人也得有，连马克思自己都认为是这样。实际上，我们的生产方式不一样，生活方式不一样，因此我们有自己的生命哲学，而这种生命哲学对世界也是一种巨大的启发。所以，儒家等中国的传统思想都是一种生命哲学，与宗教不能完全画等号。我不同意用“儒教”的说法。

问：老师您刚才说，先有家庭的孝悌，才有社会的忠义，那是不是反过来说就是社会的忠义是要满足于家庭的孝悌原则后才能实现呢？

答：“孝”是敬老，“悌”呢我们把它扩展到全世界。在全中国来说我们可以敬老，而“悌”呢我们就是能把所有同辈的人都看作自己的兄弟姐妹，谦虚谨慎。比如说，他比我年纪小，但还是要用尊称，我还是要在 E-mail 里把他成为某兄，永远把自己放在弟弟的位置上，这就是“悌”在当代的反映。我们的时代是新鲜的，但我们还是要敬老，也要尊重他人。换个说法，我在丹麦工作时，听同事说，我不像你们中国人，我从来不去看父母，他们都自己过，我愿意去看就看。为什么呢，孩子刚出生的时候，从奶粉到尿布，都是国家管，从托儿所一直到博士都是国家管，一分钱都不用家里出，当然没有中国人这样的家庭观念。所以，我一再讲，“家庭”观念不是全世界所有国家都有的。

问：您说现在我们要塑造中华大家庭的观念，但我们中国的现状没办法像北欧那样有那么高的社会福利，那在我们现在资源这么缺乏的条件下，我们每个人都会对资源有争夺，那我们如何来体现大家庭的这种价值观呢？

答：第一，富裕跟大家庭的观念有关系吗？一点关系都没有，半毛钱关系没有。有人

以为北欧之所以能做成这样，政府管了所有的事情，是因为它富裕，其实不是这样。那是因为它交了 50% 的税，这是一种文化，它们自古就这样。北欧不是从来就富裕，从“二战”以后它才从穷国变成富裕国家。原来它们是欧洲的穷国。你们可能不知道这段历史。英国建立全民医疗制度（NHS）是在 1948 年，是全世界最早建立这项制度的国家。为什么，因为“二战”还没有结束，英国人就已经发现了资本主义的弊端。资本主义导致了两次世界大战，导致了民族和宗教之间的战争和杀戮，所以在“二战”还未结束但胜局已定的情况下，英国人民就把战争英雄丘吉尔赶下了台，工党领袖艾德里上台，他上台以后第一件事情就是实施 NHS，今年的伦敦奥运会开幕式上还专门向 NHS 致敬。你以为是富裕才做的这件事情？错了，是欧洲人在战争废墟之中，还处于贫困状况下做的，而教育和医疗的平等导致了他们的高收入，你想一想是不是这样。如果只有极少数人能够受良好教育，其他人没有什么受良好教育的机会，他怎么改变自己的命运？这样的国家只可能是人均七八千美元，怎么可能是人均四五万美元呢？这就是大家经常听到的“中等收入陷阱”。所以大家庭的观念、公平正义的理念，与富裕不富裕没有直接的关系。

录音整理：陈哨、夏文婧、舒洁

校对：赵涵漠

第二十二讲
全球化时代的中国《宪法》[1]

◎ 强世功

北京大学社会科学部副部长、法学院教授、副院长，主要研究方向为法理学、法律社会学、宪法学，著有《法制与治理：国家转型的法律》《法律人的城邦》《中国香港：政治与文化的视野》等，译著有《美国宪法的高级法背景》等。

各位同学，晚上好！这么多年我很少举办过讲座，清华校园也来得少，也不去参加其他会议，基本就是在学校里面做自己的教学科研工作。史院长几次邀请我来做讲座，考虑到这是一门课程，我在北大也上课，对于你们这个专业的人，很重要的就是，第一，做传媒的人，大家一想就是“第四权力”。我们学法学的人研究“三权分立”，那你们就是最重要的一项权力。第二，你们比我们法律还重要，就是在塑造大众意识形态上。换句话说，也就是今天所称的“软实力”，soft power，还有话语权，这些很大程度上掌握在新闻从业人员手中。在这个意义上讲，新闻从业人员的责任重大。

最近，中央领导同志推荐了一本《旧制度与大革命》的书。我希望大家在读的时候要关注其中有一章，最主要的讲“文人政治”——这个国家的政治不再由政治家和官员来领导，而是由知识分子和传媒来领导。文人政治的背景就是欧洲的自由传播，即新闻、小说、各种各样舆论的兴起。换句话说，大革命很大程度上是由搞传媒的人推动的，所以我们今天读《旧制度与大革命》当然也包含了对“文人政治”的解读。在法律中，争议很多，有关媒体是否介入法律审判中，国内现在一直在争论。在美国是有严格的禁止新闻报道正在诉讼中的案件。媒体记者也不能进入法庭，你看不到法庭的任何一张照片。就是要保证司法的独立性不受到舆论和大众的影响。这一点对我们学传媒和学法律的人都很重要。

我今天要讲的是“全球化时代的中国《宪法》”。清华大学新闻学院的定位是要做

---

1 演讲时间：2013 年 10 月 24 日。

国际化的、全球化的传媒和新闻，那么大家应该对全球化有个了解。什么是全球化？全球化涉及的第一个问题，是关于人类未来走向的变化。换句话说，我们究竟是不是全球一体呢？如果全球一体，未来的走向是什么？人类的命运大概是怎样的？这方面我们国内学者的研究远远比不上国外学者，将来你们要去国外大学念书才能了解这些问题。第二个问题是，我们再去看，如何理解今天中国在全球化中的位置。第三个问题是，在这样的背景下，我们来理解中国的宪政体制大概是什么样的。

人类未来走向的变化

第一种学说就是历史终结论。这一部分有我们国内的学者分析。那么我简单介绍一下，福山是一个日裔美国人，他在 1988 年作了《历史终结》的演讲，1989 年这篇论文正式发表，到三年以后，出版了我们今天说的这本书，我们中国很快把这本书翻译过来。

这本书、这篇演讲的中心思想重要在哪儿？大家注意，1988 年他作了这个演讲，1989 年就发生了东欧事变，紧接着是 1991 年苏联解体，那么他整个演讲和研究就是讲苏联解体以后意味着什么——苏联解体，不仅意味着二战以后形成的“冷战”格局的两大阵营的结束，更重要的是历史的终结。我认为作为中国的学者，如果想与西方同行对话的话，必须理解西方所谓的历史是什么，必须理解什么是历史终结论。如果不理解西方的哲学，我们就不知道西方的精英在讲什么。那么我们下面就讲，什么是历史终结论。

我们中国人不太理解历史终结是什么。要理解历史终结，必须要有这样一种想象。大家对马克思略有所闻，知道黑格尔名字，科耶夫我相信在座的各位可能连名字都不熟悉。那么我们先从马克思讲起，大家应该比较熟悉。马克思讲的历史是整个历史，是技术进步推动阶级斗争的历史。《共产党宣言》中开篇就说，迄今为止的人类历史，就是阶级斗争的历史。什么是历史？历史就是阶级之间的斗争。历史什么时候终结？共产主义实现以后。换句话说，西方人说的历史不是我们中国人说的时间发展演变，不是一个时间概念，而是一个政治概念——人与人之间的斗争。历史的终结，就是再没有阶级斗争，这是马克思的观点。

福山在提“历史”的时候并没有用马克思这个观点，他用的是黑格尔的观点。我们知道，马克思说他的哲学是黑格尔颠倒的哲学，把黑格尔的哲学颠倒过来，我们再

把马克思颠倒过去，就是黑格尔。马克思说，人类的历史是一个斗争，是阶级斗争的历史，是物质的历史；而黑格尔认为，人类的历史是精神的历史。什么是精神的历史？就是两个人在一起争夺谁是主人，谁是奴隶的历史。我们知道马克思也讲主人和奴隶，他把主人和奴隶看成财产关系问题。而在黑格尔看来，重要的不在于财产和物质关系，而在于谁来决定什么样的生活是普遍的、具有价值的生活。

那么如何区分主人和奴隶呢？主人就是告诉你什么样的生活是美好的生活，什么样的人生是有意义的，而奴隶就是按照主人的要求来行事。怎么来理解这句话呢？我举一个例子。当你们今天觉得自己有钱了，有地位了，你拿什么东西来体现你的地位？你认为什么样的生活是好的？你想住什么样的房？你想用什么样的化妆品？你想穿什么样的服装？然后你才认为这是最好的生活。车一定要是欧洲的，住的一定要是欧式的别墅，还有用欧洲的包、化妆品，所有这些背后都包含了“什么是好的生活”的定义。从黑格尔的角度来讲，今天的世界上，西方人就是主人，中国人就是奴隶。那就是西方确立了生活的标准以后，中国人不断向西方靠拢——你看中国人越来越不屑于喝白酒，喝白酒是老土，要洋气或高档一点就得喝红酒，红酒还不能随便点，一定要是巴黎的某个酒窖的哪一年的酒，这样才能表示你的身份。这样我们就能理解，在黑格尔的意义上，什么是历史终结论，就是说作为人类唯一的政府组织形式，就是西方的政府组织形式。在此之前，关于国家的政府组织形式，有社会主义，有西方的自由民主体制，至少是两种政治体制的斗争，而这两种政治体制斗争最后的结果是什么，是只剩一种政治体制。换句话说，从此在人类的政治体制中，再没有斗争，大家都按照一种政治体制操作，这就叫历史终结论。那么我们刚才说，主人和奴隶的最大区别在于，主人确立什么是好的生活方式，从这个意义上说，好的生活为什么不是我刚才讲的，服饰啊、化妆品啊、住房啊，为什么是政治体制呢？那么你就要熟悉西方人说的好的生活方式跟我们刚才说的不一样，这是来自于西方古希腊哲学家亚里士多德的观点，好的生活方式一定不是个人的生活方式，一定是政治共同体的生活方式，而政治共同体的全部生活方式，就是政府组织形式，用我们今天的话，就叫宪法、宪政。

《历史的终结》这本书里有一句话，讲历史终结以后最后的人是什么样。这一点一定要理解尼采的哲学。换句话说，尼采的哲学一个简单的讲法是，所谓历史终结以后，人类的生存状态是什么样子。历史终结以后，再没有斗争，人的状态是什么样子？那么这里出现了两类人。第一类人就是“超人”，超人不认为历史会终结，他认为生活的全部意义就在于努力、在于斗争、在于争议，而这过程必然会有痛苦，必然会有绝望，但必然是这样的。什么是“末人”呢？尼采的《查拉图斯特拉如是说》前面几章全部

讲的是“超人”和“末人”。而“末人”就是认为，这个世界上不能有冲突、不能有斗争，我们要过着浮世梦，不能有命运，大家都要平等，发生任何事情，我们都要寻找幸福。如果从“超人”和“末人”的视角来看，今天的中国中产阶级，基本上寻找的生活方式就是“末人”的生活方式，大家都想找一份稳定的工作，有一种小资情调。放到黑格尔的哲学里，如果将“超人”和“末人”对照起来看的话，那么超人的生活就是主人的生活，末人的生活就是奴隶的生活，什么都不要想、不要去征服，你就安安稳稳地过你的日子，所有的事情，由主人来判断。

这样的话就会有一个问题，如果历史终结的最终版本是西方的自由民主体制呢，究竟是美国的还是欧盟，哪一个更接近“超人”？实际大家最后会发现，如果历史终结，最后有可能的体制就是欧盟，而不是美国。所以我们大家知道，所有舒适的生活——高福利、制造艺术品、服装品牌、化妆品——都是欧洲人在搞。而美国人在干什么？美国人到处在打仗、军事霸占，等等。如此看来，你们要想了解国际政治，要读罗伯特·卡根（Robert Kagan）的这本《天堂与实力》，了解欧洲人和美国人在重大国际问题上的区别是什么。我来读一段书中的话：“欧洲正在摒弃实力，进入一个以法律、规则、跨国谈判与合作进行自我约束的世界。这个世界就是卡根所描写的永久和平的世界。而美国却陷入了历史的困境——无政府状态的霍布斯世界里动用实力。由此，在对待世界的问题上，美国人和欧洲人分歧越来越大，美国人就像是来自火星，而欧洲人来自金星，他们的共同看法不多，相互理解越来越少。”卡根写这段话的背景就是苏联解体以后，如何对待“科索沃战争”。欧洲的观点是带上欧盟谈判协商，按照国际法的方式来解决，而美国是主张按照军事暴力的方式来解决。那我们最终知道，是用军事暴力的方式来解决。而大家知道有这么一本书《男人来自火星，女人来自金星》，我们可以借用一下，说美国是男人、欧洲是女人，你们女人之所以享受这么好的日子，就是因为我们男人在拼力和“野蛮的伊斯兰人”作斗争，来保护你们。这样的话，历史终结了以后会有两类人：一类是主人、一类是奴隶；一类是尼采说的“超人”，一类是他说的“末人”。好了，这样我们就能理解什么是“历史的终结”。

但是，主张历史终结的人越来越少。大家可能知道，前一段时间，福山来过北京，他最近出来承认，当年讲历史终结论讲错了。“冷战”结束后，历史并没有终结，从此不再是意识形态上社会主义和资本主义的冲突，而是文明思想的冲突。说到底就是伊斯兰宗教的原教旨主义和美国为主导的全球技术合作化的冲突。亨廷顿的书是很重要的，很值得一读。在《文明的冲突》中，他认为，“冷战”结束以后，从此就是文明的冲突。他把这些文明分为：基督教文明、中国的儒教文明、伊斯兰文明，还有俄罗斯文明。

重点讲了两对文明的冲突：第一个冲突就是伊斯兰教和西方文明的冲突；第二个就是中国儒教文明和西方文明的冲突。在书最后，他预言了第三次世界大战是怎么开始的——从台湾开始。台湾要独立，大陆武力介入，然后就牵涉进来日本、美国，中国再牵涉进来俄国，世界大战就爆发了。这篇文章发表的时间是 1992 年苏联刚解体，可是写成书是 1996 年，因为 1996 年发生了台海危机。所以他写书时以为中国要和西方发生战争，但是无论如何，这本书在西方受到重要关注——他在 1992 年时就预测到西方文明和伊斯兰教的冲突，而这个冲突就从“9・11”开始，美国进入长达 10 年的反恐战争。国际上有不少人认为，如果没有美国的 10 年反恐战争，就没有 10 年中国的崛起。大家知道，苏联解体以后，美国找的第一个“假想敌”就是中国。所以 1999 年发生了中国驻南斯拉夫大使馆“误炸”事件，紧接着后来就发生了南海撞机事件，中美关系非常紧张。“9・11”发生了以后，两家就开始合作了。在这本书中，卡根认为，在 2008 年时有历史的回归和梦想的终结，他认为，历史并没有终结，而是重新又回来了。但这个历史讲的是俄国和中国对美国构成了巨大的挑战，提到欧洲如何应对中国的崛起，中国的崛起对美国塑造的社会秩序会构成挑战。他在书中提到，所有人认为美国这个国家是自由的、和平的，这是一个错觉，美国是世界上最危险的国家，因为美国从建国开始，要不断地通过外部战争来凝聚这个国家，换句话说它一定要找个敌人才可以。

从苏联解体到目前的 20 多年时间中，西方人关于全球化时代人类未来的走向大概有上述两种观点的辩论，而这两种辩论也就演变成有没有普世价值的争论。在经济学领域中，最先开始挑战西方的就是“北京共识”和“华盛顿共识”。这场争论实际上是在讨论：有没有一种独特意义上的文明不同于西方？我们是按照西方现在既有的制度和文化来塑造我们自己，还是说我们中国应该慢慢走一条属于自己的道路。2008 年以后的讨论中提出了一个概念“中国模式”，后来叫“中国道路”。在“十八大”报告中用过“中国道路”的提法，并且提出“道路自信”“制度自信”和“理论自信”，后来又加上了一个“文化自信”。

宪法学界关于中国《宪法》的辩论

在这样的背景下，我要给大家介绍在宪法学界里的关于中国《宪法》的辩论。实际上，整个中国《宪法》的辩论也就是在上述历史终结论和文明冲突论这两种道路背景下的辩论。

第一种辩论我称之为规范宪法学，主张把《宪法》引入到司法判决中，这个与法院判决有关。2001 年，山东有一个案子，一个学生考试考上了一个学校，可是却没有收到录取通知书，另一个人拿到录取通知书就冒名顶替去上了学，然而竟然工作了。直到那个人工作了很多年以后才发现，他的学校原来是被人家冒名顶替去上了，然后他提起诉讼。问题是这个诉讼在法律上属于什么？侵犯了他什么权利？最高人民法院援引《宪法》，认为侵害了他的受教育权，这一解释本身不重要，重要的是当时最高人民法院的一位厅长、后来的最高人民法院副院长，他写了一篇文章，鼓励所有的法官在判案时援引《宪法》，特别要学习美国的违宪审查。换句话说，法官可以直接根据中国《宪法》的哪一条指出人大通过的某个法律是无效的，在美国是有这样一项权力。

两年以后，洛阳就发生了一个案件，一位女法官在判案时有一段话，因为涉及洛阳两个公司之间的法律纠纷，根据法律的规定，同样根据人大通过的相关条例，与《宪法》相抵触，然后她就宣布无效。你们可以想一想，在中国的政治体制中，一个洛阳的中级人民法院的法官，她就可以说，河南省人大通过的一个条例是无效的，这样下次一个县基层法院的法官，也可以说全国人大通过的相关条例和《宪法》相抵触，判定无效。那么这样的审判肯定会导致整个中国法律审判体系的混乱。这个案子发生以后，河南省人大反应特别迅速，第一，它们审查以后认为两个法律是不冲突的，只是解释方法不一样；第二，它认为洛阳案件是挑战中国的宪政体制，也就是人民代表大会制度，所以不仅要求撤销这个判决，还要处理这个法官。由于有了洛阳这次案件，从此全国再也没有法官敢提起违宪审查。

为什么会出现这样一个结果？为什么法学界会通过法院来做这样一个努力呢？大家知道在 1989 年之后，整个苏联东欧都开始学习西方的宪政体制，即《宪法》的司法化，用《宪法》来审查国会或行政机关通过的法。更激进的一些规范宪法学说会讨论中国共产党在中国有没有合法地位。中国共产党的合法地位在《宪法》序言中就有明确规定，马上有人说《宪法》的序言有没有法律效应。更多的是主张在普世价值之下，既然人类唯一正确的政权组织方式是西方自由民主体制，那么中国也应该学习三权分立、竞选制、两院制等。在这个背景下，时任全国人大委员长的吴邦国同志，连续两年在人大会上声明，中国政治体制改革有几个不搞，其中就有不搞三权分立、不搞两院制、不搞竞争性选举。为什么人大委员长会讲这个问题？就是在当时普世价值的意识形态下，知识界有一批人要求中国的宪政体制向美国模式看齐。

上述两种规范宪法学的理论基础基本上是在历史终结论福山的背景下来讲的。最近这些年来兴起的另外一个学说，是政治宪法学。我们认为宪政体制的问题，不是一

个道德价值的问题，不是一项规范问题，而是一项政治问题。如果从政治的角度来看《宪法》体制的话，任何一个国家的宪政体制，都是这个国家现实政治生活安排的一部分。在这个意义上讲，全世界不可能只有一种宪政模式，肯定是有各种各样的宪政模式。所有宪政的具体政策永远是 local 的，就是本地化。如果大家注意整个这样的辩论，恰恰跟“文明冲突论”这样一些主张联系在一起。包括相关政治学理论学派在美国的复兴，这些著作都翻译到中国来以后，对规范宪法学在国内的发展产生了很大的影响。

如果你们要去做关于美国政治的深度报道的话，一定要理解列奥・施特劳斯（Leo Strauss）这个学派对美国政治的影响，特别是对美国国际政治的影响。我刚才讲的罗伯特・卡根是施特劳斯学派的代表人物。从某种意义上讲，施特劳斯被看作是美国共和党的精神导师。所以你要理解他们的许多政治政策，要理解他们这一学派。还有剑桥学派，对自由主义政治进行了全面的颠覆。我们都认为洛克是自由主义的导师，而霍布斯是专制主义的鼻祖，那么剑桥学派把他们全部颠倒——洛克变成一个很专制的人，而霍布斯恰恰是主张共和与自由。这是整个西方意识形态的一个极端的变化。与此同时，我们应注意到，苏联解体后，整个西方最流行的学术理论就是国家与社会。今天依然能看到很多学者从国家—社会角度分析问题，这是西方主导的范式。这个主导范式的含义是什么？就是透过社会、透过公民自由运动、透过知识分子主导的新闻自由、传媒独立运动来颠覆国家政权，这就是苏联解体、“东欧事变”，以及所谓“和平演变”的基本理论与主张。

问题的关键是，苏联解体后、“9・11”事件发生后，这个理论提法的范式就被抛弃掉了。为什么？完全可以说，“9・11”事件就是由社会来反抗国家。一个小的宗教团体来对抗强大的国家。所以，国家与社会范式解释不了这个问题，因此，这个范式很快就被取消掉了。在中国研究范式，就会从城市、民权运动、法律诉讼、言论自由这样一些东西开始。但是最后发现，中国的政体并没有因为社会的冲击而改变，反而是中国因此而崛起，所以，西方有一个理论主张——taking the party back，把政党拿回来重新研究。从传统上看，西方学者研究中国时，首先要研究中国共产党。但在 1989 年以后，它们不再研究中国共产党。为什么？因为它们说中国共产党会解体，所以它们研究什么力量会促使中国共产党解体。那么就如刚才说的，研究乡村、市场等。但是等它发现中国不但没有解体，反而变得更强大时，它们又说要“把政党拿回来”，再重新研究。

全球化的历史及未来走向

关于政党、国家、中国模式，西方有大量的文献讨论这些问题。在这样的背景下，我们来讲第二个问题——全球化导致人类未来的两种走向，两种走向的主张也会影响到中国学者对中国宪政体制的看法，那么我们现在重新来看，什么叫全球化。

我们今天所说的全球化，是 1992 年苏联解体后美国提出的意识形态，即以美国为主导的生活模式，它的政治、经济、文化作为普世价值。但实际上我认为这样一个理解是一个很粗糙的理解。全球化的历史并不是美国设想的历史。7 世纪到 13 世纪，欧洲在罗马帝国崩溃以后是一个“黑暗时期”，这个时候世界上最强大的两种文明：一个是中国文明；一个是阿拉伯文明。马可·波罗到中国来以后对中国的政治体制大加赞扬，欧洲启蒙思想家一直把中国作为自己的文化导师。中国文明通过丝绸之路，与阿拉伯和西方世界进行经济和文化上的交流。它们通过贸易来了解中国文明。同时中国在海洋上也维持了一个庞大的全球文明体系，例如，中国和东南亚、中东，乃至非洲的贸易关系都是海洋文明的一部分。相关的研究也越来越多。对郑和下西洋最早的研究是由英国学者做的，一个海军军官，他作了各种努力去各地考古、看文物。他认为郑和比哥伦布发现新大陆要早一个世纪。为什么西方人要发现新大陆？哥伦布发现新大陆的全部努力就是为了找到中国。他找到了西印度群岛，他准备找中国向西边走的时候发现了新大陆。一个欧洲人找中国应该怎么找？应该像马可波罗一样从陆地来，这是欧洲人长期以来和中国打交道的方式，但为什么不走陆地要走海洋呢？最重要的原因是蒙元帝国，蒙元帝国整个摧毁了中亚，使这里没法有贸易往来。欧洲人对东方的早期恐惧来自波斯帝国和亚历山大大帝，都是阿拉伯文明。第一次接触东方文明是蒙元文明，它不是阿拉伯文明，而是蒙古高原和中国文明的结晶，它是可以摧毁西方的文明，所以形成了一个概念“黄祸”。正因为整个欧洲人无法和中国人通过贸易来联结，所以他们全部的努力就是从海上建立连接。因此，所谓发现新大陆的目的就是要跟中国做贸易。为什么要跟中国做贸易？很简单的道理，因为中国是当时世界上最富有的国家。就像今天，每个国家都想和美国做贸易，不跟美国做贸易商业机会就丧失了。意外的后果是，本来要和中国人做贸易，但是后来发现新大陆以后，全球贸易改变，海洋社会兴起，即大西洋世界，就是英国扩张和美国独立，然后是商业贸易在全世界范围的兴起。

全球化的历史，不是社会主义和资本主义斗争的历史，不是商业贸易的历史，而

是陆地国家和海洋国家争霸的历史。这一段的历史特别复杂，涉及教皇对陆地和海洋的分配，而这种分配又涉及新教国家和天主教国家争霸。为什么会有宗教改革？最重要的是，新教国家都是海洋国家，而天主教国家是大陆国家，是它们要争夺世界的统治权。英国维多利亚女王做的最重要的事，就是让英国的宗教变成新教，绝对不低于罗马的天主教。欧洲的普世价值就是天主教。世界上发现的土地是谁的，都是上帝的，教会可以分配给任何人。所以哥伦布发现新大陆后做的第一件事就是以上帝的名义宣布，上帝赋予我新大陆，他回去以后做的第一件事就是写了一封法律文件交给罗马教皇签署土地权。没有罗马教皇的签署，所有土地的产权是没法确立的。什么是新教改革？就是我不承认这样的普世价值。维多利亚女王把新教宣布为英国的国教，意味着最高的精神领袖不是罗马教皇而是英国女王。新教和天主教的斗争，涉及如何分配新大陆的产权。由此涉及法律中陆地产权和海洋的关系。直到今天，全世界海洋都是自由的，可是陆地不是自由的。海洋自由对海洋国家有利，它可以在全世界到处走。所以海洋自由的学说是为了配合大英帝国的崛起。大英帝国崛起主要在于两个因素，一个是海洋自由，另一个就是新教。

这样我们就能理解东西方文明的冲突在哪里。西方学界正在努力重新改写全球化的历史。现在一说起全球化，就是新大陆的发现、欧洲的工业革命、资本主义在全球扩张，这不是真实的历史。首先，当时世界上最富有的国家就是中国，中国把全球的贸易都吸收过来了。“鸦片战争”就是因为白银全部到中国来了，西方想怎么把白银再流回欧洲去，所以只能用鸦片。在全球化的进程中，中、西的贸易开始转向海洋贸易。这里面十分重要的是琉球。前段时间《人民日报》上有讨论，中、日之间关系最复杂的不是钓鱼岛，而是琉球的问题。琉球在中国的史书里明确记载是中国的一部分，琉球自古以来就是中国的领土这是有文字记载的。琉球为什么重要？因为它是整个西方进入中国贸易的第一个点，墨西哥过了以后到日本，第一个过的就是琉球。从琉球到中国来，所以琉球当时特别繁荣。

过去我们对“鸦片战争”史都是一种革命史的写法，今天则可以看作一部金融史，是以中国的白银货币体系和英国的英镑货币体系的一个斗争。再来理解以后的历史就很简单，全球历史的转折是中国的衰落伴随着白银全球货币体系的衰落和大英帝国的崛起。英镑取代白银成为全球货币。二战以后，美元取代了英镑。二战后的格局，什么是社会主义阵营？什么叫资本主义阵营？社会主义阵营就是苏联、东欧、中亚，再加上中国，都是最传统的大陆帝国，覆盖了历史上的中国文明和东亚文明，包括伊斯兰文明和东欧文明。整个近代史到现代史，全部是大陆和海洋关系的历史。1949 年以

后，我们面临到底要不要对外开放的问题，也涉及“亚洲四小龙”为什么能够崛起——地缘政治优势，处在大陆文明和海洋文明的分界线上。从 1840 年“鸦片战争”开始，中国人真正认为自己被打败是在“甲午战争”，之间相差 50 多年。1840 年只有极少数人意识到中国文明的衰落，也就是魏源、张之洞、李鸿章、林则徐这些少数人，大多数中国的精英认为这没什么。到甲午战败后，中国人真正意识到被西方打败了。被这么小的一个日本打败了，于是一系列的革命由此开始。从甲午战败到 1949 年兴起，大概 50 多年。再看 1949 年到 2008 年作为中国崛起的标志，大概 50 多年。所以从时间上看，一个文明的兴起和衰落经历半个世纪左右的时间。这就是为什么今天许多美国人在“9・11”事件发生后——尤其是 2008 年以后——不断在讲西方的衰落、美国的衰落的问题。为什么我们今天感觉不到美国的衰落，因为看问题要看到五六十年以后，这一定是从 2008 年的金融危机开始的。

从这一点来说，大家看中国的崛起，包括看整个西方世界的变迁，我认为要有这么几个眼光：第一，一定要有个哲学理论的眼光，不了解西方哲学，不读霍布斯、不读黑格尔、不了解亚里士多德，你就不知道西方的精英脑子里在想什么。人家说的话你听都听不懂。第二，看历史一定要有全球化的眼光，不能仅仅看一段历史，要把它放在一起看。就像我刚才给大家一个大的眼光，就是要看陆地国家和海洋国家的全部历史。这样你就能理解为什么会发生两次世界大战，两次世界大战是一个陆地国家德国和一个海洋国家英国争霸的历史，而这个争霸历史从罗马帝国就开始了。拿破仑认为他是罗马帝国的继承人，他要统一欧洲，但没有做到。德意志人认为他们是罗马帝国的继承人，但又没有做到。到后来，英国人觉得自己是罗马帝国的继承人，只不过它不是大陆帝国而是海洋帝国。但是，真正被看作罗马帝国继承人的是美国。美国建国时讨论的全部历史是以古希腊、古罗马作为背景的。在“科索沃战争”之后，无怪乎西方舆论把美国称作“新罗马帝国”。

全球秩序中的中国

如果从这个角度来看的话，今天中国在全球秩序里依然面临着“陆地和海洋的关系”问题，所谓海洋的问题，很大程度上取决于中、美关系。中、美问题是全部“海洋问题”的入手点。这样我们就能理解钓鱼岛、南海等问题，大家也就能知道，中国崛起以后美国人对于中、美关系的各种构想。其中有一个最重要的，在西方人的概念里边，

是说中、美之间会不会发生战争。那么我们大家看包括基辛格的书里边讲，中国和美国的关系会不会变成当年德国和英国的关系，一个陆地帝国的崛起要挑战一个传统海洋帝国的位置，发生了第一次世界大战、第二次世界大战。那么，很快就想到中国的自然崛起会不会和美国这样一个传统帝国发生争斗。西方政治家在他们的著作中都会诉诸西方古典文明的一些内容，有一个概念叫“修昔底德陷阱”。《伯罗奔尼撒战争史》，有没有同学读过这本书？讲的是雅典和斯巴达之间一场战争的历史，这本书写得很好，塑造了后来欧洲人，包括罗马、美国关于世界秩序的遐想。这场战争里有两个城邦，一个是雅典，雅典是以自由民主著称的城邦；另一个城邦就是斯巴达，斯巴达是以严肃、战争、专制闻名的一个城邦，那么这样两个城邦打了一仗之后呢，第一个，我们说，为什么双方会发生战争，这就是刚刚讲的“修昔底德陷阱”。本来当时希腊城邦小国里边最强大的国家是斯巴达，但是，雅典做海洋贸易的时候不断兴起，兴起的城邦就开始，某种意义上讲，挑战斯巴达的霸主地位，那么这还不是最关键的，最关键的是说其实许多冲突来源于内心的恐惧，就是因为斯巴达老是担心雅典来挑战它的地位，所以呢，它就已经作出了一个要战争的姿态，与此同时，雅典国家崛起又不低调，不进行韬光养晦，它到处去建立联盟，去发展自己的同盟，然后让斯巴达越来越感受到真正对它构成了一个挑战，于是呢，内心的恐惧就变成了现实的战争，这就叫“修昔底德陷阱”。

换句话说，美国对中国的崛起的一个内在的恐惧，就是不断讲“中国威胁论”，中国呢，前几年还讲“韬光养晦”，近几年来讲得比较多的是“中华民族的伟大复兴”，那么它们就问，你们复兴了要干什么，复兴了要把我们美国搞掉对不对，所以呢，双方经常有一句话叫“建立战略互信”，什么意思？就是要避免“修昔底德陷阱”，因为大家相互猜忌。那么我为什么要讲这本书里面的故事，最后哪个国家战败了？大家知道打了一场仗以后谁败了？斯巴达还是雅典？雅典战败了，因为我们今天都会说自由会战胜专制，一战、二战以后美国所有政治学派都说，自由政体战胜专制政体，但是在这场战争里，雅典输掉了。这本书就问了一个问题：雅典是一个自由的城邦，可是自由城邦它面临一个问题，它不能保护自己，它太小了，所以它被斯巴达这样一个专制城邦灭掉，那么，这个问题就引发了后来的政治家对欧洲的思考——一个自由国家如何保护自己，那么它就形成了一个基本的结构，一个国家对内是共和政体，对外是专制政体，是帝国，这就是“罗马模式”，它对内是共和，对外一定是专制，为什么？它认为它的专制和武力可以保护它，这也是美国，你们看它是联邦制，要做到一个平衡。

一方面，它要享有雅典那样的自由，但同时它要像斯巴达那样强大，怎么在自由和强大之间找到一个平衡点，这是美国政体的全部所在。所以到今天大家知道美国是

一个很尴尬的国家，一方面，它是一个自由的国家；另一方面，它又是一个全世界最威权的国家。所以到今天为止，我们中国人要真正了解美国人，一定要去看古希腊和古罗马的历史，光看“二战”以后的历史，根本不能理解它究竟在想什么。总体来讲，现阶段中、美关系的实质就是：中国的崛起已经成了既成的事实，美国希望怎么把中国纳入美国现有的机制里，这是它们想的一部分。但中国是一个大陆国家，那么，我们要问的问题是，为什么海洋世界兴起以后，海洋国家就可以轻而易举地战胜大陆国家？我们知道原因在哪？因为大陆国家是专制国家吗？海洋国家是自由民主政体吗？这都是错误的，都是一些假象，核心的问题在哪里？所以一定会有一些战略家，是从长远来看问题的。我给大家推荐一本书，是英国地理学家麦金德（Halford Mackinder）的《历史的地理枢纽》，这会让你们更深刻理解“地缘政治”的概念。例如，你们想过铁路的发明对人类有什么影响吗？你们想一下，陆地国家和海洋国家最大的差异就是：海洋国家借助于海洋使得它贸易的成本很低。你想一想，一艘船，可以自由自在地走到世界的任何一个地方，可是你想，陆地贸易要怎么办呢？只能靠骆驼，你想想骆驼能驮多少东西呢？而且走这条道，另外一条道可能不通，所以陆地的贸易成本远远大于海洋的贸易成本，因此，全球的财富都会转到海洋，就像今天，为什么东南沿海这么发达？你毕业以后为什么去广州、去上海，为什么不去兰州去新疆呢？很简单，就是因为贸易跟交通有关。

当时发明了铁路，发明了铁路以后对谁有利？毫无疑问对海洋国家没有用，因为铁路不在海上，可是对陆地国家是有革命性影响的，忽然一下这个铁路就比骆驼要快得多。当时铁路发明了以后，德国人就看到了它争取世界霸权的机会，它的目标是什么？它要修通一条铁路，从巴格达到柏林，你从地图上看，从柏林到巴格达，它要什么？石油。所以你们看“二战”的时候，德国人打着打着就不行了，为什么？后面跟着汽油桶对不对，然后英国人就数有多少汽油桶，就算它们还有多少油，走到哪里就走不了了，因为德国要打仗就要石油，石油在博茨瓦纳，博茨瓦纳在谁的控制下？被海洋国家控制，大陆国家过不去，唯一的方法，德国想出来，修通一条铁路不就可以了嘛，可是你想修通这条铁路意味着什么，要经过好多国家的殖民地，这些地不是你的，有英国的殖民地，有法国的殖民地，结果最后呢，英国在这方面认识得很清楚，死活不同意，这条铁路就没修成。从这个意义上说，如果麦哲伦是个地理学家，他就会说，铁路的发明有可能会改变海洋和陆地国家的优势，因为陆地国家因为铁路获得了机动性，那它的贸易和传输的能力就会远远超过海洋的能力。

当然，历史后来证明，依然是海洋国家占优势，你们去想一想，陆地上的铁路，

从它发明的第一天起到今天，技术革新有多少？很少，技术革新很慢，你想一想，两百多年前就发明了铁路，但到了今天只是日本的新干线，然后是磁悬浮，然后是中国的高铁。你想想海洋从哥伦布发现新大陆，海洋的技术翻了多少倍？你就不可想象，它现在什么万吨远洋货轮，已经不止万吨了，还有核动力的船，为什么？是因为海洋贸易能带来巨大的市场反馈，科学技术全部就会投在海洋技术上，今天的海洋技术很发达。但你修一次铁路花很高的成本，基本上是赔钱的，可是你要想再投入都是浪费，陆地国家修铁路是万不得已，是为了国防的安全需要，为了运送旅客的需要。那么我要提醒大家注意，到 50 年以后，我认为改变陆地国家命运的就是高铁，你一定要记住中国的高铁技术改变的不仅仅是中国，它改变的是历史，就是陆地国家的兴起。你去看中国的铁路线，全部集中在东南沿海，都是把西北的物资运到东南沿海来出口。

举个例子，重庆过去几年主要是发展制造业，大家可能会问，重庆为什么要发展制造业，这座城市并不临海，它为什么在地缘政治和商业贸易上越来越重要呢？大家可以关注一下，我们已经和中亚国家、俄罗斯签署了一系列国际协议，知道是什么协议吗？支持货物运输协议。换句话说，根据这个货物运输协议，物资从火车下车以后，它不经过所有的中转，直接可以到欧洲。这样一来，地处内陆的重庆就成了新的枢纽。

现在的高铁技术还有很大的发展空间，所以换句话说，你再把全球地图整体看一下的话，你会发现全球的海洋贸易很繁荣，陆地贸易不行，我认为高铁会改变这个局势，所以大家注意到领导人出访经常提一个概念叫“重建丝绸之路”，实际上这个概念不是第一次讲，从很早就开始讲重建丝绸之路，但是不可能，贸易成本太高，我认为只有高铁能成为重建丝绸之路的另一个可能性，所以我一直觉得高铁是带动全球文明格局的一部分。大家要理解它，就要认真钻研一下麦金德对于全球地缘政治的构想，在他这本书的最后一段做了详细的阐述。他说，大家注意，1904 年是什么时候？日、俄战争，这是非西方人第一次打败了西方人，所以对西方文明的冲击特别大，西方人被东方人打败，那么当时它害怕的是什么？假如中国被日本统一起来，什么意思呢？是说中国被日本占领，因为当时中国完全有可能被日本占领，然后征服了它的领土，就会面临着它把海洋的资源和大陆巨大的资源加到一起，如果这样的话，就是什么？真正对西方世界构成了威胁，换句话说，在他看来对西方的威胁是这两个国家合在一起，这种格局还是这句话，看看 100 年前看到的东西，我们现在回头看，如果日本要跟中国加在一起，无论美国，无论欧洲，哪个国家都不能相比。日本是现在中、美关系的核心问题。所以你们要注意到日本在过往的一段时间里边，以这个为重点。虽然它们有一些政治家希望和中国建立一个比较好的关系，但很快，在美国的影响下，主张中日友

好的人执政不长时间就下野了。限于时间，这个题目我不能再展开讲了，我要提醒大家的是，要从全球秩序和地缘政治的角度来认识今天的中国。

全球化背景下中国宪政的基本制度

那么，在这样一个全球化背景下，我们看中国的宪政基本制度是什么？如何来理解中国的宪政制度？第一个要说，如果从宪政体制上看，目前全球有三个模式。第一个是美国模式，就是它《宪法》里的第一句话，就是人民主权至上，在美国来讲，美国人民是至高无上的，他们可以制定《宪法》，废除《宪法》；第二个模式是德国和日本的模式，在这个国家里边你去打开它们的《宪法》序言就会看到，并不是德意志人民至高无上，也不是日本人民至高无上，而是国际法至高无上，换句话说，这两个国家必须承诺它们要遵守国际法，尤其是要促进国际和平，所以大家知道今天日本人的问题是什么？就是他们要修宪，突破和平宪法，和平宪法是什么？“二战”之后美国强加给它的，换句话说，在日本，不是日本人民的主权最高，而是国际法最高；第三个是伊斯兰模式，所有信奉伊斯兰教的国家，翻开它的《宪法》的序言也不是说这些国家的人民最高，而是真主的权力最高，我们会看到，即使在美国的“伊斯兰战争”以后，重建的两个国家，阿富汗和伊拉克，这两个国家通过的《宪法》也都是按照这个模式，它并没有按照德国和日本模式，因为当时在美国的宪法学界引发了很热烈的讨论，有许多人主张美国在制定伊拉克和阿富汗的《宪法》的时候，应该学习德国和日本，应该把它的宗教铲除掉，建立美国模式，但是后来美国的保守派认为这样不可能，它一定是一个伊斯兰教的国家，所以它还用这个模式，真主最高。

那我们会发现，至少有神权宪法模式、国际法至上模式和人民主权宪法模式，如果我们把这几个模式和我们中华人民共和国的宪法模式比较一下的话，跟我们的《宪法》序言比较一下的话，中国的《宪法》是一个混合模式，这三种模式都有，为什么呢？我给大家分析一下，你们看，中国有神权宪政模式的一个特点，换句话说，在这个国家里边，不是人民最高，人民上面还有个更高一层的道德规范，这个道德规范是什么呢？就是中国共产党所代表的价值是最高的，这个最高价值是什么？共产主义。只要是共产党国家，它一定会把共产主义看作它最高的理想追求。它应该是最高的，这是它的第一个特征。第二个特征呢，又有国际法，即德国、日本模式，它上边有一个普遍的国家模式，不是我们中国这样，只要是社会主义国家都会推行一些普遍的原则，今天

社会主义国家比较少，但是你会发现在社会主义国家当中，社会主义原则都要高于《宪法》。第三，我们国家又有美国宪法模式，最重要的一点就是人权至上，所以，我们国家一定保障人权高于一切，主权至上，其中最重要的宪法理论依据就是，我们国家是什么？人民当家做主。所以实际上分析中国的宪政体制实际上是三种宪政模式的混合，如果从某种意义上来讲，欧洲历史上最好的《宪法》是什么？最好的《宪法》就是混合宪法，混合宪法最高，那么我们怎么知道混合宪法最高，我们讲欧洲史的时候会说，今天我们说的所谓的立法、司法、行政的三权分立，恰恰它是来源于古希腊的政体，一定是君主政体、民主政体和贵族政体的循环，怎么让它不要循环呢？混合宪法就出来了，君主的要素就相当于我们后来说的总统，贵族的要素就是我们说的司法，还有人民的要素，就是我们说的国会，把这三个要素合在一起，所以西方学者普遍认为，混合的《宪法》是最好的，如果在这个意义上讲，中国的《宪法》如果不能说是最好的，也算不差的，因为它是一个混合宪法，它三种要素都有。

那么，中国的宪法体制是什么？宪法学里大部分人都认为是人民代表大会制度，我认为这个说法是对的，但不完整，那么，我们现在不讲这些太复杂的法学理论，我们可以从政治哲学的角度来解读党和国家的关系。

我们再转到现实问题上，如何从现实的角度来解读中国共产党？我认为中国共产党一定要看经历了这几个转型，现在的中国共产党有几个与一般政党不一样的地方：它是从一个西方化的政党慢慢地开始中国的本土化过程，就是说它的意识形态早期是讲共产主义；1949 年以后就开始提“为人民服务”；再到我们现在讲“以人为本”。体现我们党的意识形态的口号是什么？把这么多党员凝聚起来，过去我们都说“为共产主义奋斗终身”，我们有共同的目标，现在呢？对，“中华民族的伟大复兴”。所以，大家知道这个口号是谁提出来的？哪一年提出来的？这是 1992 年江泽民同志在哈佛大学的演讲里提出来的。为什么呢，因为一般的老百姓不一定相信共产主义，而共产党员要宣誓，说我们要为共产主义奋斗终身，所以老百姓不一定接受。但是进入改革开放时代，全民奔小康，让一部分人先富起来，大家去发财，这也不是 value，事实上这是党当时缺乏一个共同的意识形态，所以 1992 年提出来，中华民族的伟大复兴，这个概念到今天变成一个新的概念，“中国梦”。实际上，这个思路是一脉相承的。

我要问的问题是，为什么今天“共产主义”这个概念的凝聚力减弱了？很大程度上不是这个概念不好，共产主义概念很好，大家说乌托邦，中国古典的政治哲学概念一定是乌托邦的，讲最好的就是回到上古时代，上古时代就是最美好的乌托邦，说今天的王朝不行，尧、舜、禹时代才是最好的，我们要努力回到上古时代。换句话说，

不是因为乌托邦的问题，而是共产主义的另一个背景是基督教，所以在西方信仰基督教的人才能够理解对共产主义的信仰。从某种意义上讲，中国人并没有很好地理解“共产主义”这个概念。我们讲阶级基础，从工农阶级联盟到“三个代表”，党的转型，党以往都是搞动员，搞政治运动，现在党不再搞运动，而是搞体制化。我们大家注意到，在共产党内有一个重要的机制，就是通过意识形态的变动和人事安排的调整，来实现执政方针的更新迭代。西方有两个或几个政党通过选举，进行政策的调整，我们不是通过这样的形式。但是，共产党这 30 年来政策的变化很大，什么叫“新政”，含义是什么？就是说新的领导人上来后，政策完全不同于前任，关注下层，解决福利、解决教育、解决医疗保险，社会管理体制创新；前一任强调“发展就是硬道理”，注重招商引资；新一任则更注重“以人为本”，强调可持续发展。所以，中国尽管没有西方意义上的选举政治，但仍然可以靠精英政治机制的自我调整来实现不断的改革、治理和整顿。

那么如何从《宪法》的角度来理解中国共产党？现在面临一个问题，我们说《宪法》里规定最高的国家权力机关是全国人民代表大会。西方媒体批评全国人大是个“橡皮图章”，怎么理解“橡皮图章”这种有偏见的说法？我的理解是，如果你光看《宪法》中的规定，看全国人民代表大会，那么毫无疑问全国人大是个“橡皮图章”。但如果和中国共产党放在一起，就比较好理解。我给你提供一个政治哲学的解释，政治主权结构是由政治决断和法律规范共同构成的，不单单是中国，任何国家都是这样的。从中国的角度来讲，我们讲“人民主权”这个概念，人民有两个主权形成的不同政治体制：第一个，就是中国共产党领导下的多党合作体制，它是人民主权；第二个，就是人民代表大会制度。而这两个制度对应的是人民代表在政治中的两种类型，一个是我们说的基于政治理念和阶级利益产生阶级代表，共和体制，但一定要记住，共和体制和民主体制不一样。另一个是基于法律程序继而票选产生公民代表，这是民主机制，我们实际上是说在人类历史上这是两类最主要的代表，还有第三类代表，是什么呢？是学生吗？谁来代表你的利益？你会说“我是学生”吗？“我是个人群体”吗？不是，所以这样的话，一直到今天，你们拿这个角度看全国人大的构成，它既是有公平选举的民主政体，又有特别浓厚的职业代表特征，一定要有妇女多少人、少数民族多少人、学生有多少、教师有多少、民工有多少、干部有多少，它有个严格的比例，为什么？换句话说，越是复杂多样化的代表机制，越能代表多样化，所以从严格意义上讲，中国有共和代表、民主代表，还有职业代表制。职业代表制，最典型的是香港，我们知道香港的立法会里面到现在还保留功能界别，比如说法律界议员、教育界议员、金融界议员……每一个议员代表他的这个行业。

如果这样理解的话，就能搞清楚中国共产党和全国人大之间的关系了，那么这个关系在哪里呢？在《宪法》序言里面说得很清楚，在《宪法》序言里规定了中国共产党的领导地位，那么虽然全国人大是最高权力机关，但必须在党的领导下，所以，社会上关于党和人大谁更大的争论，一定不能脱离《宪法》的规定来讨论这个问题。

很多人讲，中国宪政制度的根本制度是人民代表大会制度，这个说法并不完整，至少中国的根本制度有两个，第一个，是中国共产党领导的多党合作制，第二个，才是人民代表大会制度。而中国《宪法》最根本的原则是什么？不是西方的模式，而是民主集中制，大家知道民主集中制由谁领导？是中国共产党，你翻开《宪法》看，在讲人民代表大会制度的时候，用的依然是"人民代表大会制度是按照民主集中制的原则组织起来的"，今天限于时间，我们对"民主集中制"讲得不多，实际上它是真正的能够与美国的"三权分立"可以对等的宪法原则。

那么这样来看中国《宪法》，你就不能光看 1982 年的《宪法》，你得把中国共产党的党章看作是中国《宪法》的一部分。中国共产党的党章怎么翻译成英文？就是 Chinese communist party constitution，有好几个词在英文里边都是"宪法"，什么叫 constitution？我们知道翻译成"宪法"，严格意义上不准确，你们学英文 constitution 的概念是什么？从字典里面去看，最核心的意思是"构成"，换句话说，这个桌子有它的构成，构成就叫 constitution；那个政治共同体，我们这么多一群人，也是一种构成，这就叫 constitution，那么，如果在这个意义上讲的话，今天的中国是靠什么构成的？是靠全国人大构成的，还是靠 1982 年的《宪法》构成的？毫无疑问，是靠中国共产党构成的，很简单的道理，1949 年恰恰是靠中国共产党的多党合作体制把这个国家构成的，但是当时我们还没有《宪法》，一直到 1954 年才确立人民代表大会制度，所以从法律制度上讲，一定是先由党来建立国家，然后制定《宪法》，这跟美国完全不一样，因为美国是先有《宪法》，靠《宪法》来建立的国家。

那么问题是我们能不能把中国共产党党章看作是《宪法》呢？我们现在以 1982 年的《宪法》作为标准，但实际上，从政治宪法学的角度来看，首要的问题是，《宪法》不在于文本而在于实际运作。实践中国家是按照什么原则来运作的？那么这样的话，我们就有个问题，英国没有一部成文的宪法，那你说英国是不是宪政国家？毫无疑问它是宪政国家，那么，英国靠什么建构起来的？英国建构的最重要的因素是什么？议会、内阁固然重要，最重要的是女王。换句话说，离开了女王就没有英国。

你们知道《独立宣言》的故事吗？《独立宣言》里面北美为什么要独立呢？全部的理由是什么？因为议会对他们征收税务，而这个税是不合理的。按照英国的传统，

不纳税就没有投票权对吧？那么问题是在英国的议会里没有北美的代表，如果这样的话，北美全部批评、攻击的目标应该是什么？议会和立法，国王跟它们没有关系。但是你们去看《独立宣言》后面，列的罪状没有一项说英国议会如何专制、如何暴政，没有，全部攻击的是国王，为什么？道理很简单，因为英国和美国之间的法律纽带最重要的不是议会，而是国王，换句话说，北美要独立，离开议会没有关系，离开议会你还不能独立，因为整个土地是什么，不属于英国议会在管理，而属于英国国王，所以当它把全部责任都推到国王身上的时候，就可以宣布，我要和国王切断法律关系。

到今天为止，我们大家都知道英联邦，还知道澳大利亚对吧，澳大利亚还有什么？跟英国有没有关系？毫无疑问有关系，有什么？有总督，到今天为止还是有总督的，这个总督没有实权，但是它一定有总督，这个总督是什么，代表英国国王，所以说实际上英国恰恰是靠女王统治起来的，问题是没有一部《宪法》里把国王列进去，所以英国发明了一个不成文的《宪法》。英国一个重大的难题就是怎么为它们的女王辩护，因为现代民主体制里边竟然有地方还有女王，到了今天全世界还关心它的王子，结婚、生儿子还会关心，为什么？就是为国王辩护，为什么要辩护？就是你要去看托马斯·潘恩（Thomas Paine）的《常识》这本书，潘恩这个人大家都知道，是美国"独立战争"时期最著名的思想家，要宣布美国独立。在潘恩的《常识》里边对英国的宪政体制进行了最激烈的抨击，为什么？英国不是民主宪政体制，它还有国王，而且没有一部宪法。因为有了潘恩的这样一个攻击以后，整个英国就面临一个问题，我们国家没有一个成文的《宪法》，我们还有一个女王，这个女王是不是专制的？毫无疑问是专制的，是不是暴政的？没有任何合理性，既不符合共和，也不符合民主，那英国按照普世价值的话，好吧，我们废除女王，建立一部大不列颠的成文《宪法》。但是，英国人他们没有这么做，他们就是这样捍卫他们的女王。我个人对英国这个国家很佩服，它能够通过这样一套学说来捍卫。

从这个意义看，我认为，中国也有不成文的《宪法》，最重要的就是中国共产党的党章，党章就是中国不成文《宪法》里最重要的一部分。即使到美国宪法学里边，美国虽然有一部成文《宪法》，但是真正运作不都是按照《宪法》运行的，美国一定也有一套不成文《宪法》，你们不是专业的都不知道，它们有个"看不见的《宪法》"。换句话说，如果理解中国《宪法》的时候不能只借鉴 1982 年的《宪法》，一定要探索中国的不成文《宪法》，它让政治体制真正稳固，比如说，在美国《宪法》里边，我们可以看到，所有美国对外宣战、战争、所有的权力，是国会，但是到今天为止大家都知道国会不掌握战争权，要不要发动"阿富汗战争"不由国会说了算，而由谁说了算？总

统说了算，它是违宪的，为什么？就是美国的转型，转型以后它就不能由国会说了算，必须由总统做决断，这个问题我们放到下面去讲。

下面我给大家讲一个中国的“宪法惯例”，换句话说，这个宪法制度不是写到《宪法》文本里，既没有在 1982 年的《宪法》里边，也没有规定在党章里边，但世界各国都这么做，这就叫“宪法惯例”。换言之，对英国人而言，女王也不是《宪法》的依据，她是一个惯例而已。回到我们中国，1954 年确立了宪法体制，就是党国宪政体制，那么这个体制里边，就是毛泽东同志既是党的主席，又是国家主席，还是中共中央军事委员会主席，把政治体系、武装力量体系和国家法律体系“三位一体”。简单来说，1954 年的《宪法》规定担任国家主席任期是 5 年，可连任一届，可是毛主席当了 5 年国家主席以后他就不干了，刘少奇同志被选为国家主席。毛主席还是党的主席，这时候你忽然发现，有个毛主席，还有个刘主席。按照党章，毛主席是党的最高领导人，但是按照《宪法》规定国家主席有哪些权力？最重要的一点，国家主席担任国防委员会主席，统率全国的武装力量。那么问题就来了，毛主席领导还是刘主席领导？按照党章，毛主席领导，按照《宪法》，应该由刘主席领导。这就是我们体制上的问题。如果两位主席在党和国家的问题上合作得很好，这个宪政体制就可以运作正常。可是，如果合作得不好，宪政体制就出现问题了，甚至难以运作了。大家知道，他们两个人一开始合作得很好，到后来就有了分歧。党的政治路线发生了分歧的时候，两个人分歧出现的时候就成了党国之争的分歧。毛泽东同志是党的主席，可以充分利用党的优势，党的优势是什么？党扎根于群众之中，党最大的能力就是动员群众。比如说，你们这个学院里边，你们的院长没法动员你们，讲什么你们可以不听，你又不是老师，考试管不到我，但是党可以动员，为什么？它里边有党团支部、积极分子，至少可以召集这一部分人起来开会，对不对？这就是党动员的能力，毛主席强调什么？党动员群众。毛主席还讲，党掌握什么？还掌握军权。那么结果是什么？最后是党动员群众搞运动，摧毁了国家机器，所以整个国家陷入了高度政治化、政党化甚至军事化的一个结果。

我们再看 1982 年的《宪法》。这部《宪法》我们说是“邓小平宪法”，而 1954 年的《宪法》叫作“毛泽东宪法”。伟大的政治家对《宪法》都很看重，在制定《宪法》的过程中也都表现出了他们超人的政治智慧。邓小平同志看到了 1954《宪法》的弊端在于过度集权化，党权、国家权力等所有实权都集中在一个人手上，这就是导致“文革”的一个根源，所以邓小平同志上台后就搞一部“分权”的《宪法》。所以你去看，1982 年的《宪法》是高度分权的，第一，党权的分权，党的总书记不担任中央军事委员会主席，所以后来两任党的总书记没有指挥过军队，这在“党指挥枪”的毛泽东时代是不可想象的；第二，

国家主席和军事权力分开，《宪法》里边有个国家主席，但是我们又设立了一个中央军事委员会主席，那么原来在 1954 年的《宪法》里面这两个是合在一起的，是国家主席领导军队，现在是分开的，这样的话国家主席就没有实权，只有“虚权”。在党的体制里，邓小平同志作出决定，将党的主席制度改为总书记体制，第三，建立中央顾问委员会，为权力移交做准备，那么，这样改革的结果是什么？我从宪法学的角度对此重新解读一下，第一，过分的分权加剧了中国的政治分歧，以致政治分歧发生以后，在党和国家体制里边没法解决，为什么？总书记在某种意义上在党内没有实权，为什么？他没有军权。第二，总书记最大的权力就是人事任用权，可是他也不掌握，为什么？当时有个中央顾问委员会。第三，国家体制里面国家主席是虚权，最后的解决办法，就是中央军事委员会主席和中顾委主任都由邓小平同志来担任，这就是他的政治智慧所在。大家知道，他只担任过两个职位，一个是中顾委主任，另一个就是中央军事委员会主席，他只管军队，他不做党的里边的任何职务，不做总书记，国家主席、国务院总理这些权力他都不要。你们在 1982 年的《宪法》中会看到，国家领导人都是 5 年任期，最多可以连任一届，就是 10 年。但中央军事委员会主席，起草的适合任期就是 5 年，没有说连任，什么意思？这个职位可以终身。这样就涉及任期和《宪法》的关系问题。

大家都知道美国的总统任期几年？四年。可连任几次？两次，美国有没有人连任过 3 次的？有，那为什么会不一样？为什么会出现 3 次的，你们知道问题在哪里？不是因为在战争状态下的特殊做法，而是因为最初美国起草《宪法》、给总统制定权力的时候，所有的人都知道华盛顿要做总统。华盛顿这么伟大，谁可以说他只能当 8 年呢？所以当时说总统任期 4 年，可以连选连任，只是华盛顿觉得，我高风亮节，我做了两届以后我不做了，从此以后没有一个人可以做两届，为什么？没有人敢说我比华盛顿还伟大，这叫什么，这就叫“宪法惯例”。换句话说，两个任期的惯例，美国人都心照不宣。但问题是，惯例是可以被打破的，因为你不是成文的，那么惯例谁打破的呢？富兰克林·罗斯福，为什么？ 1929 年经济危机、“二战”爆发、“珍珠港事件”等都是特殊情况，大家觉得他应该连任，可是一旦罗斯福可以连任四届，这个小布什也连任四届怎么办？完全有可能，因为这就叫“惯例”嘛，一个伟大的人创立惯例，后面的人就可以跟随，所以美国国会担心后面的人还出现这么长的任期，于是才开始修改《宪法》，规定总统任期不能超过两届。

我们回顾历史，可以看出邓小平同志晚年作的一个重大贡献就是，弥补了 1982 年《宪法》的缺憾，最终确立了我们沿用至今的领导体制的交接制。第一，他决定，不再设立中央顾问委员会，确保党的总书记实际上成为党和国家的最高领导人。第二，

他让党的总书记和军委主席合二为一，让党的总书记掌握军权。我认为中国的《宪法》最最重要的一个作用就是“代议政治”，保证精英统治阶层内部的高度稳定。有些人一看，这根本就没什么希望去争，也就不去争了。而如果没有代议政治会很麻烦，谁都可以争，总书记 40 岁能当，60 岁也能当，那党和国家又会出现很多问题。

其实这样修改以后，我们的宪法体制又重新回到了毛泽东同志领导制定的 1954 年的《宪法》时的初始精神。毛泽东时代，国家主席最重要的一项权力是什么——召开最高国务会议。这个国家最重要的决策是国家主席在最高国务会议上做出的！我们看出毛泽东时代中国很多重大决策不是在党代会上做出的，而是在最高国务会议上做出的。可是毛泽东退下来、刘少奇做了国家主席以后，从来没有召开过最高国务会议，他实际上也没有实权。我们在江泽民时代重返了代议体制。既然从邓小平时代形成的宪法惯例是他以普通党员的身份担任国家军事委员会主席，所以江泽民同志要跟随，他也是退下来以后以普通党员身份担任国家军事委员会主席，既然有这个惯例，胡锦涛同志也可以说退下来以后，以普通党员身份继续担任国家军事委员会主席，但是我们知道他这么做了吗？没有！所以“十八大”对他的评价是“高风亮节”。你要知道什么是“高风亮节”，如果你不了解国家宪政体制的演进，你就不知道这是对他一个多么高的评价。本来你是可以争的，按照《宪法》惯例，没有人会否定你的做法，但是为了党和国家的利益你放弃了，这就是“高风亮节”。而且他也确立了一个新的“宪法惯例”，以后的总书记也不可以退下来以后以普通党员身份担任国家军事委员会主席了。

什么是惯例？惯例就是一个稳定的精英集团内部的规则，你也可以说是潜规则。而《宪法》里最最重要的就是遵守惯例。如果大家都不遵守惯例，那么对《宪法》可以有很多种解释。所以我认为三位一体的体制和代议权的转移已经成为我国宪政体制的一部分。2004 年江泽民同志辞去中央军委主席的时候，讲了一段话：在中国，党的总书记、国家主席、中央军委主席三位一体的领导体制对我们这样一个大国来说，不仅是必要的，而且是最为妥当的办法。这个例子体现了我今天要讲的中国宪政体制的演进历程。

我们来做个小结，第一，宪政体制不要只看《宪法》怎么说，要看它的实际运用，成文的、不成文的，要看《宪法》惯例。第二，中国的宪政体制不是简单的全国人民代表大会制度，一定要把中国共产党领导下的多党合作、把党国体制放在一起来看。你们知道英国的难点在哪儿？在于说不清楚君主的合法性。美国的宪政体制面临的难题是什么？不是奴隶制的问题，奴隶制的问题已经通过“南北战争”解决了。它的难题是一个很小的法官，可以否定国会或总统做出的决定。为什么？这就是民主，这是

美国每一代宪法学者所必须面临的难题。那么，我们的宪政体制的难题在哪儿？从毛泽东到邓小平一直讲的一个问题是什么？我们如何处理好党和国家的关系。党不管不行，管得多了也不行。所以我想说如果你要处理中国共产党在中国宪政体制内合法性的问题，你就要处理党和国家如何分配权力、形成决议，这就是中国宪法学家首先需要考虑的。剩下的问题我觉得都是技术性的问题。

提问环节

问： *在中国有实现宪政的可能吗？很多西方媒体人士和学者一直在关注这个问题。不知您会如何来回答？*

答： 这个问题先假定了说有一个宪政，然后看这个标准是不是可以实现。我现在提出的问题是，确实有这样一个标准，但是这个标准是谁制定的？如果你按照美国人制定的标准，那英国人就没有宪政，因为它有一个女王。它的《宪法》也没有规定说我们要什么时候废除女王，500 年以后还是 800 年以后。主人和奴隶的关系正是说主人制定一个标准，奴隶向这个标准看齐。我们总是自觉不自觉地把美国的标准看成终极标准，所以来谈“宪法司法化”。

我们知道“宪法司法化”，违宪审查这个制度最早只有美国一家。英国、整个欧洲国家都没有。一直到了 1989 年以后，包括苏联、东欧、南非、韩国，这些地方都推广宪法司法化，也就是美国模式。所以我想中国的《宪法》存在这样一个问题，我们不是拿别人的标准来衡量我们有没有，你看美国有两党制度，它会想说你看中国有个“人民代表大会制度”，我们也要有一个吗？它会这么想吗？它绝对不会。因此，中国应该学会独立的思考，不是照搬照抄，学会变成自己的主人。

毛泽东在政治哲学中引入的最重要的一个理论叫实践论。什么叫实践论？一切知识都来源于这个实践，实践才是检验真理的唯一标准。换句话说，中国的宪政标准应该根据中国的实践而定，而不是按照美国的标准来定。所以说我们现在讲的马克思主义中国化、中国特色社会主义，特别看重中国的实践。为什么会这样？你仔细看一下，这涉及政治哲学里的什么叫真理。真理是理念还是实践？西方侧重于说真理是理念，自苏格拉底以来所有的启蒙思想家都侧重于这一点。中国的情况完全是相反的，从中国的古典哲学家到现在一直强调的是实践论。因为我们最重要的一个观念叫“知行合一”。换句话说，你要想学到东西，只有在实践中学到的才是真理。毛泽东的实践论承袭的是马克思主义和中国儒家文明。所以，在西方特别推崇毛泽东的实践论。虽然中国会有问题，可能有 100 个问题，但是美国没有 100 个问题也有 80 个问题。我们的问

题应该在我们的体制框架下解决，而不是说我们有问题就到美国去找解决方案。我们要把“主人”和“奴隶”的关系倒过来。换句话说,我们每个同学都面临着自己的问题，每个同学都面临着自己的职业发展方向，我们想解决这些问题一定是要从自己的角度来看自己喜欢做什么，而不是看别人在做什么。别人都出国，我也出国？这就叫“奴隶思维”。别人想考公务员，我也想考公务员？搞得自己六神无主。什么叫“主人”？就是我要做什么不去管别人怎么说，我有我的目标，我有我的方向，我的问题我自己来解决。所以说，我们理解这个问题一定要从常识的角度来理解。

刚刚问我说，如何理解历史终结论。我觉得人类文明是有一个趋势，民主也好，法制也好，宪政也好。但是不存在历史终结论，并不是说人类的文明趋势就是没有斗争了。这是不可能的。西方国家有个错觉就是说民主国家是不会有战争的，这是错的。全世界都变成民主国家以后，肯定就会产生民主国家与民主国家之间的战争。这是第一个。第二个，即使说有一个民主自由宪政的理念，每个国家在实现它的时候完全不一样。宪政体制美国搞出了三权分立，欧洲国家都不是，英国不是、日本也不是。所以大家要知道，中国当然有宪政，党和国家的关系是中国宪政的一个根本问题，但并不意味着我们解决这个问题要变成三权分立体制。所以，我刚才说中国的问题要在中国的宪政框架下来解决。第三个，对于“宪法司法化”的问题，并不是说一个《宪法》只有司法化才重要。我们知道英国就没有宪法司法化，它甚至都没有成文的《宪法》。法国有宪法委员会，但是它运行的方式是跟美国完全不一样的，世界上只有美国一家变成这样了。

其实在美国对这个的争论也非常大，很多人反对美国的宪法司法化。本来司法应该远离政治，但是美国的司法高度政治化。所以很多美国的法学家主张美国的法制已经死亡。美国的法院，一定要有女性代表，没有女性法官是不行的;一定要有种族代表，没有黑人是不行的。换句话说它已经不是法院，而是代议机构了。很多人说美国的法院怎么判决是可以看出来的，因为看代表就行了。我们说法院是不应该党派化的，但是美国的法院已经高度党派化了。从 20 世纪 60 年代开始，正是因为美国最高法院过多地卷入政治问题之中，迫使总统在任命最高法院院长的时候，一定要任命自己党派的人。在历史上总统任命最高法院院长的时候不会考虑党派的问题。为什么？因为它以前不处理政党政治问题。所以说，美国模式有它的特殊性。

《宪法》真的有那么重要吗？不见得有那么重要。英国没有成文宪法也治理得很好，在德国、法国《宪法》也不是最重要的。德意志民族最重要的法律体系是它的民法，而不是它的《宪法》。法国也是这样，拿破仑制定的最重要的法律也不是《宪法》，而

是法国民法典。我觉得中国仅仅依靠一部《宪法》来治理国家，意义也不大，并不一定要搞“宪法司法化”，也就是照搬“美国模式”。最重要的是，在中国的宪政体制下，在人民代表大会的制度下，《宪法》的解释权和违宪检查都在全国人大，不在最高人民法院。这也就是我刚才举的那个例子，河南高级人民法院明确表示，洛阳中级人民法院的判决是违反我国宪政体制的。

最后，我还想强调一点，中国现在最保守的估计，再过 20 年经济总量上就超过美国了。但我们自 1840 年以来一直就是学西方，西方有什么学过来就行了，无论是资本主义还是社会主义，学了 100 年，我们自己不需要想问题。但是现在中国面临一个问题，就是你跟在别人后头学的时候很容易，当你成为世界第一大经济体，你不是跟在别人后面，你要领导世界的时候，你要告诉世界什么？历史是终结的还是文明的，或是冲突的？我们应该建立一个怎样良好的秩序？我们说要建立新型的合理的政治经济秩序，那我要问，什么是合理的政治经济秩序？这个问题你可能觉得还不重要，还是在跟着别人后头学，但是我相信这是中国 30 年后所有人都会关心的问题。中国要对人类有贡献，第一，必须要有哲学的思考，什么是合理的、好的制度，你要去思考。第二，要有宏观的历史观，要看西方、看中国，中国以后想问题就要像西方一样，不断地回到中国的古典和传统。中国曾经是历史上最辉煌的文明，就像罗马帝国，现在西方人总说要“回到罗马”，而中国怎样回到最辉煌的文明？这个任务很大程度上要落在未来 30 年的政治精英身上。差不多就是你们这一代人。再过 30 年，你们就是 50 岁左右了，可能就是全球最重要的国家领导人。所以，我希望大家从现在起开始思考这个问题。我在北大也经常说，现在的大学最严重的问题就是，它不鼓励自己的学生和学者思考最重要的问题，一直在想过去 30 年如何跟着西方后头学习的问题。我觉得这是构成今天大学教育的一个挑战。北大、清华这样顶尖的大学，应该培养未来中国的精英要具有长远的政治视野和思想视野。

录音整理：张晔、王义鹏

校对：赵涵漠

第二十三讲 国学与国家文化软实力[1]

◎ 王　杰

中共中央党校哲学部教授、博士生导师，中外哲学教研室副主任；1980—1984 年就读于山东大学哲学系，获哲学学士学位 ;1984—1987 年就读于中国人民大学哲学系，获哲学硕士学位 ;1998—2001 年就读于中国人民大学哲学系，获哲学博士学位。2002—2004 年在北京师范大学历史学博士后流动站从事研究工作，兼任中国实学研究会常务副会长秘书长、中华炎黄文化研究会常务理事兼副秘书长、中国哲学史学会理事、中华孔子学会理事、国际儒学联合会理事兼宣传出版委员会副主任。出版有《先秦儒家政治思想论稿》(人民出版社 2011 年版)、《荀子注释》(华夏出版社 2000 年版)、《儒家文化的人学视野》(中共中央党校出版社 2000 年版) 等著作,主编了《中国反贪历程》(江西教育出版社 2001 年版)、《领导干部国学大讲堂》《领导干部国学课二十五讲》(中共中央党校出版社 2011 年版)、《中国古代治国理政箴言》(中央文献出版社 2014 年版) 等著作。

各位同学晚上好！今天的主题是国家文化软实力和国学方面的内容，重点放在我们的传统文化上。

“国家文化软实力”这个概念提出来以后，对我们国家的文化战略发展，对提高我们国家的综合国力，都有非常重要的影响。我们搞传播的，要研究如何把中国在国际上的形象传播出去。那么，国家文化软实力如何提升我们中国在国际上的形象？我们国家的文化软实力、文化的竞争力，或者说文化产业的竞争力，如何在国际上提升？如何挖掘我们中国优秀文化的独特魅力，让我们中国的文化能够走出国门，走向世界？这些都是我们国家文化软实力应该思考的一些问题。

但是在这短短的一个小时之内，我想把重点放在我们的传统文化上，放在如何挖掘中国文化独特的魅力，让中国文化走出去。

1　演讲时间：2014 年 11 月 13 日。

硬实力与软实力

经济、科技、军事，这些是一个国家的“硬实力”，在这些方面，中国已经达到了相当的程度和地位。但是一个国家除了这些硬实力以外，还有文明、道德、文化、价值观、人的信仰、信念，等等，这些是“软实力”。只有把硬实力和软实力结合起来，才是一个国家综合国力的体现。

希拉里说过，中国是个贫穷的国家，不可能崛起，撒切尔夫人也说过，中国成不了超级大国，并不可怕。她们在说这个话的时候，并不是指我们中国在经济上落后，而是说我们中国现在的文明、道德、礼仪这些软实力，和世界上许多发达国家相比，还很落后。所以一个国家，应该把这两者结合起来，就像人的肉体和精神一样，只有肉体和精神完美地结合，才是一个完整的人。一个人不能光讲肉体，不讲精神。没有追求，没有信仰，没有抱负，只满足于肉体的需要，人和动物便没有区别——其实在自然层面上，人和动物并没有区别，都要吃、喝、拉、撒、睡，区别在于社会层面上。所以荀子讲，人之所以为人，不是因为人有两只脚，身上没有毛，孟子讲“人之异于禽兽者几希”，人和禽兽相比，区别“几希”，是很小的；可是因为人有恻隐之心，人有社会之心，人有辞让之心，人有羞耻之心，这才成为人。一个人是这样，从一个国家来讲，也是这样。人，精神和肉体的结合才是完整的人；一个国家把硬实力和软实力结合起来，才是其综合国力的体现。

大约 2400 年以前，商鞅通过变法，让一个落后的国家，迅速变成一个强大的帝国，经济发达，军事强大，为 100 多年以后秦始皇统一中国，灭掉六国，奠定了非常强大的经济和军事基础。虽然经济发达，军事强大，但是秦国的社会风俗呢？秦国的人伦道德呢？江河日下。古人用了四个字——“秦俗日败”，秦国的社会风尚，秦国的文明程度，一天不如一天，一天一天走向衰落。做父亲的向儿子借锄头，做婆婆的向儿媳妇借一把笤帚，儿子、儿媳妇都流露出不情愿的神色，甚至是冷言相向。更有甚者，做儿媳妇的怀里抱着吃奶的孩子，可以和自己的公公坐在一起。鲜廉寡耻，不知羞耻为何物，这就是当时的社会风尚，虽然经济发展了，社会上却没有正确的价值衡量标准。

120 年以前，中国的 GDP 相当于日本的 9 倍，但是“甲午海战”，清朝的 GDP 再多，拥有再多的财富，这个腐败的王朝还是不堪一击，瞬间土崩瓦解。清朝入关的时候，只有军队十几万人，当时明朝有几百万人的军队，但是这几百万人的军队面对十几万人的清兵，也是不堪一击的。所以光讲 GDP 一点用都没有，GDP 重要，但是一个国

家不能只注重 GDP，只注重经济，而忽视了社会软实力，忽视了文化、文明、道德。

中国经过 30 多年的改革开放，经济已经非常强大了，但是我们中国的人情呢？我们的精神呢？我们的信仰呢？我们判断是非、美丑、善恶的价值观呢？我们的家庭观、婚姻观、财富观怎么样？个人主义、拜金主义、实用主义、功利主义大行其道，市场上充斥着假冒伪劣产品，社会上存在着黄、赌、毒，钱、权、色、黑交易的现象，整个社会弥漫着一股奢靡之风、享乐之风，人心不古，世风日下。这种社会难道是我们改革开放 30 多年所追求的吗？我们的经济发展、科技进步、军事强大，难道一定要以道德的堕落、信仰的缺失作为代价吗？是不是一定要走这条路子？

管子讲过一句话，“仓廪实而知礼节，衣食足而知荣辱”，吃饱了，穿暖了，应该知礼节，应该讲廉耻。因为孟子讲过，一个人“饱食暖衣，逸居而无教”，生活得非常安逸、舒适，但是这个人没有教养，没有修养，“则近于禽兽”，和禽兽没有区别。所以衣食足了，就应该知荣辱，仓廪实了，应该知礼节。反观我们今天的社会，可以说，衣食足了不知荣辱，仓廪实了不知礼节，而是“饱暖思淫欲”，整个社会人欲横流。这样的社会，这样的民族，能有希望吗？不可能有希望。所以，软实力看起来不重要，不像 GDP 那样是刚性的，但是一个国家在注重硬实力的时候，千万不能忽视软实力，我们的软实力，包括社会主义道德建设，包括公民的文明素养，都应该提升。

我们老祖宗非常聪明，在中国的文化中，古代的官员、知识分子追求的理想目标是什么？他们要让老百姓富裕起来，“治国之道，必先富民”。孔夫子到卫国去，他的学生冉有问他：老师，人口已经这么多了，接下来应该怎么办啊？孔子说：“富之。”让老百姓富裕起来，“百姓足，君孰与不足？百姓不足，君孰与足？”小河没有水，大河哪来的水？只有小河满了，大河才能满，所以要让老百姓富起来。另外，要顺应民心民意，“得民心者得天下，失民心者失天下”“政之所兴，在顺民心；政之所废，在逆民心”。所以只有顺应民心民意，才能够得天下，得天下才能够御之掌上，易如反掌。除此之外，还要统治者关心老百姓的疾苦，因为自古兴亡都是百姓苦，“春种一粒粟，秋收万颗子。四海无闲田，农夫犹饿死”。统治者要关心百姓疾苦，要顺应民心民意，要让老百姓富裕起来，最后要达到什么样的政治目标？其实就是让老百姓提高他们自身的道德素养。

孔子讲得非常清楚，他说，让老百姓富裕起来，不是终极目标，“先富后教”，富裕了以后还要“教之”，对老百姓进行道德教化。孟子讲，富裕起来以后，要让老百姓了解“五伦”关系，即人伦道德关系，使老百姓道德素养提高，官员道德素养提高，整个社会风清气正。社会和谐、政治清明、老百姓安居乐业，这就是古代我们中国文化追求的理想目标。“硕鼠硕鼠，无食我黍！三岁贯汝，莫我肯顾。逝将去汝，适彼乐土。

乐土乐土，爰得我所”。追求的就是这个“乐土”，就是《礼记》上追求的“老有所终，壮有所用，幼有所长，鳏寡孤独废疾者皆有所养”，就是陶渊明在《桃花源记》讲的“黄发垂髫，并怡然自乐”，就是杜甫在《茅屋为秋风所破歌》中讲的“安得广厦千万间，大庇天下寒士俱欢颜”。这都是古人追求的理想目标，这种理想目标，最后是落实到老百姓道德素养的提高上、老百姓的安居乐业上。所以习近平总书记所讲的“中国梦”，最后也要落到这里。

当今中国老百姓的温饱问题基本上解决了，现在更为重要的是，提升老百姓的文明素养。广东中山市从 2011 年起，就在整个城市几百万人中，打造“全民修身”活动，对老百姓提出了“修身”的要求，对一般的商人、官员也提出了“修身”的要求，这完全是一种中国的文化——衣食足了让他们知荣辱，仓廪实了要让他们知礼节，这就是一种软实力。

其实，现在我们最不满意的不是物质财富的问题，而是这种文明、素养，这些都不是硬的，是软的，但是这些软实力决定了一个人的形象，决定了人的一生。所以古代我们的教育，把德行教育放在第一位，把知识的灌输放在第二位，决定孩子未来命运的，不是考试成绩，不是财富，而是这个孩子的品行，是他的德行。因此，我们汉代选拔官员，是“举孝廉”，把德行放在首位。“道德传家，十代以上；富贵传家，不过三代”。今天，我们这个社会在强调硬实力，抓经济，抓 GDP 的时候，还要把整个国民的道德文化素养，把我们的思想文明建设提升起来，硬实力和软实力这两者都要重视起来，不能够厚此薄彼，这是我想谈的第一个问题。

被批判、否定、质疑的传统文化

我们中国的文化在很长一段时间内，曾经遥遥领先于世界，但是清朝“鸦片战争”以后发生了改变，是“三千年未有之大变局”。如果再往前推一点，是康乾时期，因为在康乾时期，我们实行闭关锁国，和西方的工业文明及现代化道路失之交臂。西方在大踏步地发展，但是中国还是井底之蛙，以为“老子天下第一”。西学东渐的时期，从西方传来了许多先进的东西，比如地图，一张地图把中国画在了右下方，康熙皇帝大为震怒，说应该杀了这个画地图的人——中国是世界的中心，是宇宙的中心，怎么能把中国画在旁边呢？结果画图的人重新画，把中国画在中间了，皇帝这才高兴了。中国当时就是这么个狂妄自大的心态，结果和西方文化失之交臂。所以近代“睁眼看世界”，

西方文化完全成了强势文化，而中国文化成为了劣势文化，这就是我们所讲的“三千年未有之大变局”。

在这种背景下，当时的知识分子思考：中国为什么会这样？中国为什么会积弱积贫？中国为什么会落后、被动、挨打？原因在哪里？好，原因找到了，是中国文化造成的，是中国文化造的孽，比如以孔子为代表的中国儒家思想造的孽。所以 100 多年，咱们这个民族，就把所有近代落后、被动、挨打，积弱积贫的板子打在了以孔夫子为代表的儒家思想身上，以儒家思想为代表的中国文化的身上。100 多年，我们这个民族就是在反传统。洪秀全领导的“太平天国起义”，反传统，用基督教反儒家。“五四”新文化运动，反传统，提出了“打倒孔家店”的口号。

五四运动给咱们这个民族造成的传统，是反传统的传统。只要是传统的东西，都反对；只要是传统的东西，就不是好东西。五四运动给咱们这个民族所造成的思维方式，叫“非此即彼”的思维方式。要么是 A，要么是 B；要么是好，要么是坏。你要肯定 A，你就得否定 B；反过来你要肯定 B，你就得否定 A，二者不能够同时兼容。

这种思维方式，对我们中国这 100 年影响非常大，尤其是 1949 年以后，对于如何处理马克思主义和传统文化的关系，在党内，把二者作为你死我活的、不可调和的思想体系。你要讲马克思主义，你就得否定传统文化；你要讲传统文化，你就得否定马克思主义，把这两者看成对立的东西。这完全不符合我们中国人的思维方式，我们中国人讲“万物莫不有对”，讲“独阴不生，孤阳不长”，是非、美丑、善恶、好坏、利害、贵贱、上下、祸福，都是两个方面，没有绝对的福，也没有绝对的祸，老子讲得好，“祸兮福之所倚，福兮祸之所伏”“正复为奇，善复为妖”。你看阴阳图，阳中有了那个黑点儿，这叫“阳中有阴”；阴中有了那个白点儿，叫“阴中有阳”。阳逐渐变大，阴逐渐变小，阴阳是可以转换的，祸福也是可以转换的，这就是我们中国人看待问题的出发点，是一种非常辩证的思维方式，并没有把两者决然对立。但是“五四运动”给咱们造成了“非此即彼”的思维方式，直接影响到我们评判一个事物，一个人。说你这个人好，全部好；说你这个人坏，一钱不值。说你这个人好，把你捧到天上；说你这个人不好，把你打进十八层地狱。没有辩证、客观地评价一个人。

对中国文化批判达到鼎盛的，就是“文革”。“文革”以后出生的人，比如前些年央视直播的“青年歌手大奖赛”里，那些“80 后”年轻歌手，对传统文化最基本的东西，惘然不知。请问，你如何理解“杯水车薪”？回答，一杯水给车夫的钱；请问，你如何解释“如法炮制”？回答，像先进的法国人那样制造大炮；你如何理解“草木皆兵”？回答，草木里面都藏着军队。接诗句，“一日不见”，后面回答，好想你；“焚书坑儒”

发生在什么时代？宋朝李自成时代；清明节是什么时候？回答，9 月 4 日。你读过“三曹”的作品没有？读过；读过哪一篇？读过《满江红》。令人啼笑皆非，对传统里最基本的 ABC 的东西，都不了解。“文革”对中国文化的批判导致中国几代人，特别是“60 后”、“70 后”、“80 后”这几代人，对传统文化，既没有温情，也没有敬意；既不尊重，也不认同，数典忘祖，根还是传统的东西，但是被人为地遮蔽了。

1988 年曾经播放过一个电视纪录片《河殇》，对传统文化进行批判，把传统文化作为保守的、封建的文化，把西方文化作为蔚蓝色的海洋文化。《河殇》认为，要实现“四个现代化”，就要否定传统文化，全身心地拥抱西方蔚蓝色的海洋文化。

过去几十年我们一直在过西方的洋节，但是对中国的节日，很多人茫然不知。其实我们中国有自己的节日，有自己的狂欢节，有自己的情人节，有自己的感恩节，可是我们不知道过。比如正月十五，欧阳修写过一首词，叫《生查子·去年元夜时》，“去年元夜时，花市灯如昼。月上柳梢头，人约黄昏后。今年元夜时，月与灯依旧。不见去年人，泪满春衫袖。”这是不是中国的情人节？大家读过辛弃疾写的《青玉案·元夕》，“东风夜放花千树。更吹落、星如雨。宝马雕车香满路。凤箫声动，玉壶光转，一夜鱼龙舞。”看这五个字，“一夜鱼龙舞”，一夜在那里狂欢。“蛾儿雪柳黄金缕。笑语盈盈暗香去。众里寻他千百度。蓦然回首，那人却在，灯火阑珊处。”这不是中国的狂欢节吗？这不是中国的情人节吗？我们有自己的节日，其实我们节日的文化内涵非常丰富，但是被我们给抛弃了，被我们给忘却了。100 多年，我们这个民族就是在激烈地反传统，导致我们对传统知之甚少。

从 20 世纪 80 年代末到 90 年代起，我们开始了文化的复兴和回归，这和中国共产党对传统文化的重视有关。“大力弘扬中华民族优秀传统文化”，这是在 90 年代所作出的一个决定，这 20 多年，可以说在民间、学界、政府、媒体几方面的共同努力下，中国的文化在被批判了 100 多年以后，在孔夫子被打倒近 100 年以后，它又由涓涓细流，汇成了江河湖海，就像八月十五钱塘江的大潮一样，滚滚而来，势不可当。

所以现在民间的书院、私塾，在诵读经典，比如《弟子规》。在学界成立了国学院，包括清华大学、厦门大学国学院的恢复，还有人民大学、北京大学等，基本上你能说出来的一、二、三流学校全有国学院，还有儒学院、儒家文化研究院、国际儒学研究院、道学院、佛学院，等等。在政府这方面，孔子学院走出去了，孔子学院作为一个平台，可以让世界上更多喜欢中国文化的人，了解中国文化。

这几十年来，在民间、学界、政府等各方面的努力下，中国文化又回到了我们的身边，又在我们的身边、在我们的心中扎下了根儿。所以，我们今天的“国学热”，或者说“传

统文化热”，不是为了“发思古之幽情”，我们不是为了复古，而是把历史、传统作为一本教科书，作为一面镜子，“以史为镜，可以知兴替”，可以知荣辱，“可以明得失”。不是因为我们吃饱了没事儿做，我们学传统，是因为中国文化中，蕴含着非常丰富的政治智慧、人生哲学、历史经验和教训，这些过去被我们全部丢掉了，现在我们要重新拾起。这是我谈的第二个问题，因为时间短，我只能点到为止，大家可以根据这些线索再去钻研。

中国文化对世界文化格局的影响

在座的很多同学毕业后要从事对外传播方面的工作，需要了解中国文化曾经对世界各地的影响。

公元前 119 年，张骞通西域，在汉武帝统治时期，我们和西方的交流便开始了。中国的文化开始主要传到了我们东边的国家和地区，大约在西汉的时候，传到了朝鲜半岛，那时候没有“韩国”这一说法，因为李氏朝鲜是在 1392 年建立，1897 年才改称大韩帝国，1910 年沦为日本殖民地，从 1392 年到 1910 年，李氏朝鲜 500 多年的主导思想就是儒家的思想，就是程朱理学。韩国的一些思想家，比如丁茶山、李退溪——他的头像印在了韩币 1000 元的纸币上——都是实学大家，而实学源于中国。在韩国，可以说，受到中国文化的影响体现在生活中的方方面面。韩国现任总统朴槿惠讲，在我人生最苦闷的时候，中国的哲学成了我心中的一盏明灯；潘基文也讲，“孔孟之道”，无论是对我个人的私生活，还是对我在联合国秘书长这个位置上，都起着至关重要的作用。成均馆大学，韩国排名靠前的重点大学，建校 600 多年了，校训仍然没有改变，还是“仁、义、礼、智”这四个字，因为这是一所在 1398 年建立的学校，1398 年在中国也就是明朝洪武三十一年，朱元璋去世在这一年。韩国把江陵端午祭申报世界非物质文化遗产，其实这是从中国传过去的，但是 2005 年韩国申报成功了，我们反对也没有用。所以说，中国文化对整个韩国的影响可以说是非常巨大的。

中国的文化又通过韩国传到了日本，日本的第一部《宪法》，《十七条宪法》，完全是按照儒家的思想编纂的。《十七条宪法》直接影响到了日本的“大化改新”，大化改新是公元 645 年，日本由原始社会转到奴隶社会的一次重大改革，公元 645 年在中国正是唐太宗执政的时候。可以说，不管是在国家层面，还是在社会层面、企业层面、家庭层面、个人层面，日本都深受中国文化影响。美国有个学者叫赖肖尔，他说，在

1868 年日本“明治维新”之前，整个日本民族可以说是彻头彻尾的孔教徒，完全受中国文化影响。

新加坡其实也是这样。李光耀讲过，从我治理新加坡的经验来看，如果新加坡人民不是很早就受到儒家价值观的熏陶和影响，新加坡是无法成为“亚洲四小龙”之一的。他说，也许我的英语比我的华语要好，因为我从小受到的是英式教育，但是再过 1000 年，我也不会成为英国人，因为我秉持的是儒家的价值体系，而不是西方的价值体系。所以，东亚文化圈，还有儒家文化圈，它们的根儿就在中国，中国文化对周边的国家和地区产生过非常巨大的影响。

明清时期，我们在西学东渐的同时还通过传教士，比如利玛窦、南怀仁、汤若望，把中国大量的经典，像儒家经典、道家经典，包括《周易》，翻译成拉丁文、意大利文，传到了西方。最有名的是利玛窦写的《中国札记》，再往前一点，元朝马可·波罗写了《马可·波罗游记》，大量地介绍中国，他们的这种介绍，尤其是《马可·波罗游记》，推动了西方的殖民化和全球贸易。达伽马、迪亚士、哥伦布、麦哲伦的环球航行刺激了西方，告诉西方，在东方有这么一个富饶的国家。西方的一些思想家，卢梭、莱布尼兹、笛卡儿、霍尔巴赫、谢林、费希特、康德、歌德、魁奈、黑格尔，也都受到了中国文化的影响，可以说，在整个西方，形成了长达 200 年的“中国热”。那 200 年，西方人看待我们中国，就像中国现在退回去几十年，看待美国、日本、德国、法国一样，羡慕死了，觉得对方是个美轮美奂的国家。伏尔泰甚至提出“全盘华化”的理论。胡适、陈序经等人在 20 世纪 20 年代提出了“全盘西化”，但是伏尔泰提出的叫“全盘华化”，认为中国人应该成为所有欧洲人的老师，欧洲人要全面向中国人学习。所以不难理解，为什么伏尔泰在家里，除了拜上帝以外，还要拜孔夫子，对中国文化推崇备至。

因此，咱们搞传播的，应当首先搞清楚中国文化对整个世界文化格局的影响。

中国文化中的核心价值观

我们要挖掘中国文化的核心思想，让更多的外国人了解这些核心思想。我们接受了许多西方早期的价值观，如“自由”“平等”“人权”“博爱”，但是我们中国一些核心的价值观，往往不被西方人所了解，这是一种“文化赤字”。尽管有孔子学院对外传播中国文化，但是孔子学院更多传播的是“术”的层面的东西，比如武术、太极、书法、绘画。孔子学院的老师们，可能因为都是志愿者，所以他们无法把中国文化的精髓、

核心的价值观，像“民主”“科学”“平等”“博爱”这类提升起来的价值观向西方传播。

在中国文化几千年的发展历程中，形成了我们的核心价值观，但是这些价值观今天被我们丢掉了。

比如说，“德行”的问题。习近平总书记讲，核心价值观既是个人的德，也是国家和民族的德。为什么这么多官员出问题？原因在哪里？不是出在能力上，而是出在德行上，出在品行上。所以总书记讲，官员、领导干部，要把道德修养，作为人生的必修课，用道德的力量去感染人心、鼓舞人心。儒家经典不断强调“修身”“做人”“正己”“立德”，这些都在中国文化的核心价值观里。《大学》里讲：“自天子以至于庶人，壹是皆以修身为本。”孟子讲：“天下之本在国，国之本在家，家之本在身。”这里讲的“修身”，不是锻炼身体，不是修咱的筋骨皮，是讲“修德”，是讲“养德”，因为“人无德不立”，因为“国无德不兴”，因为“人之所贵，惟在德行”。所以孔夫子讲，我不担心我能不能当官，我担心的是我做人的德行怎么样。

我们中国文化认为，在“德”和“才”的关系问题上，“德”是主要的，“才”是为德行服务的；“德”是主人，“才”是仆人，仆人是要服务于主人的；“德”是树根，“才”是树枝、树叶，你要让它枝繁叶茂，就要把根培育好。我们身上背负着很多东西，名誉、地位、财富，都要靠“德”支撑，因为“厚德”才能“载物”，如果没有“德”作支撑，这些东西就会把人压垮、压趴下。有“德”，你才能保住你的官位，保住你的俸禄，保住你的名誉，甚至是延长你的生命。如果没有“德”，那你当官，殃祸必至、殃祸速至，“其祸必酷”。今天出问题的官员，不就证明了这一点吗？没有德行，却去当官，拥有这么多不义之财，那么结果呢？一定是自己毁灭自己。

所以中国文化讲，“德不厚者”，不要去当官，德行不好不要去当官，是把“德”放在了一个主要价值的位置上，这就叫“道德价值优先”。这是中国文化与西方文化很大的一个不同点，是一个非常重要的价值观，但是这一点往往被我们忽视了。

另外，我们中国文化特别强调“律己”，就是自律。“吾日三省吾生”“反求诸己”“扪心自问”，管好自己，约束好自己，从自己身上找原因。我们不讲外在的客观条件怎么样，我们认为在内因和外因中，内因是起主要作用的。古代的环境那么恶劣，但是有些官员还是能够把持住自己，做到洁身自好、恪尽职守，能够守住自己做官、做人的道德和法律的底线，就是因为他们善于从自己身上找原因，而不是看到外部环境很差，就随波逐流。屈原不正是这样吗？外有小人当道，屈原讲“举世皆浊我独清，众人皆醉我独醒”。和他对话的渔夫讲，你这个人真傻，别人都喝醉了，你为什么要自己清醒啊？别人都浑浊了，你为什么不跟大家一起浑浊啊？但是屈原讲，我宁愿死，也不和

小人同流合污。

我们读中国的哲学，学习中国的文化，就可以看到这种自律、自警、自省，就是要严于律己，从自己身上找原因，管好自己，约束好自己的这种思想资源，这叫“正人先正己”“欲胜人者，必先自胜”。你先把自己管好，这样的话，大家都管好自己了，整个社会就和谐、稳定了。所以自警、自省、自律的问题，也是我们在读中国文化中，感受到的一个非常重要的思想。

中国文化和西方文化不一样，它关注到了人，关注到了人伦，关注了当下，所以重视修身，重视做人。朱熹讲“圣贤千言万语，只是教人做人而已”，圣人讲了那么多的话，其实就是两个字——“做人”，做一个合格的人。我们说做事先要做人，做官先要做人。做人是有底线的，底线是什么？就是道德底线。出了这个道德底线，就是禽兽。对于那些打骂父母的、大逆不道的、做了伤天害理的事情的人，咱们中国老百姓就会骂：“你小子不是人”“你畜生不如”“你猪狗不如”“你人面兽心”“你是披着人皮的狼”“说你是禽兽都玷污了禽兽”，其实就是因为这些人把做人的底线都否定了。所以我们要注重修身，注重做人。

再举个例子——“孝”，孝道是我们中国非常重要的一个文化传统。“百善孝为先”“孝为德之本”“教民亲爱，莫善于孝”。为什么要孝敬父母？因为父母把我们带到这个世界上来，把我们养育成人，他们所付出的劳动、艰辛，所付出的无私的爱，是无法用言语来表达，无法用金钱、尺子来衡量的，所以我们做儿女的，要孝敬父母。为人子，当尽孝，你不管是做什么，你的钱再多、权力再大，你都要孝敬父母。“人不孝其亲，不如禽与兽”，乌鸦尚有反哺之恩，羔羊还有跪乳之德，所以一个不孝敬父母的人，是世上最可恶的人。

孝敬父母，不应该仅仅是让父母得到物质上的满足，更重要的是精神上、情感上、心理上的满足。什么叫“孝”？孔夫子讲，孝就是“色难”，你对待父母的态度，好与坏，能通过这张脸表现出来。物质上的满足只是最低层次的满足，你当然要让父母亲衣食无忧，有你吃的，就得有你父母亲吃的。但更重要的是精神上、情感上、心理上的满足，你不能够只论吃和穿，不问冷和暖。所以我们要学会感恩父母，让父母晚年能够在我们的关爱下，过得幸福、平安、健健康康、快快乐乐。这就是孝道文化，不管以后社会发展到什么程度，我们都要尽孝道，这是我们中华民族的传统美德，而传统美德恰恰是我们中国文化的精髓所在，这就是我们的核心价值观，中国人不能把这个丢了。最近有个案子，是儿子为了财富，状告母亲。对于案例中的这个儿子，退一步说，不管是非曲直，你赢了、得到这笔钱了，但其实失去的比得到的还多。你以为你得到了钱，

但是最重要的亲情没了，和母亲形同路人，形同仇人，最后得到什么了？什么都没得到。所以孝道也应该作为中华民族的核心价值观。

再比如，我们读中国文化会发现，不管是佛教的著作，还是儒家、道家的著作，都有对人的贪欲这一问题的讨论，是关于如何戒除人的贪欲，如何看待我们人生的，等等。

佛教讲，贪婪的人绝不会幸福，只会给自己带来痛苦。佛教讲“贪嗔痴慢疑”五毒，贪为首，因此要到达幸福的彼岸，就必须戒除贪欲。

儒家文化里，孔夫子讲，“君子有三戒”，年少时戒“色”，中年戒“斗”，老年戒“得”，不能贪得无厌。他还讲“不义而富且贵，于我如浮云”，即不是通过正当、合理、合法的手段获取的财富，对我来讲，就像浮云一样。不要劫取不义之财，不能见利忘义，要“君子爱财，取之有道”，不能够不择手段，唯利是图。儒家告诉我们“傲不可长，欲不可纵，志不可满，乐不可极”，要节欲，要寡欲，要导欲。孟子讲，“养心莫善于寡欲”，2400年以前，孟子活到了 84 岁，今天要活到 84 岁都不容易。

道家非常潇洒，庄子讲，人就这么几万天，“人生天地之间，若白驹之过隙，忽然而已”，生命这么短暂，为什么有的人还要一味去追求身外财富？比身外财富更重要的不是还有很多吗？生命、亲情、家庭、友情，这些不是更重要吗？为什么有的人为了追求财富，把这些不该丢的东西，全丢了呢？为什么有的人为了追求财富，不顾惜自己的身体，甚至不顾惜自己的生命？你的身体都没了，你的命都没了，那么你追求再多的财富，对你有什么用呢？所以庄子告诉我们，生命中不应该属于我们的东西，不要去强求，“命中有时终须有，命中无时莫强求”。如果你命中该有，那么千元、万元、亿元都不嫌多。你去抓个彩票，挣了一个亿，那一个亿，除了交的税，剩下的全是你的，别人再眼红，你可以堂而皇之地拿，心安理得地拿，那是你应得的。但是不属于你的，一分、两分都不要去拿，一分、两分都不嫌少。老子也告诉我们，人生的祸患就在于贪婪，但富贵难求，知足常乐。只有知足，才能不被眼前的各种利益所诱惑；只有知足，才能感到幸福和满足、快乐。

这就回到了刚才所讲的肉体和精神的问题。孔夫子有个学生叫颜回，“一箪食，一瓢饮，在陋巷，人不堪其忧，回也不改其乐”。颜回的物质生活非常贫乏，但是他的精神生活非常富足，他感到快乐，感到满足。孔夫子也是这样，生活非常穷困，“饭疏食，饮水，曲肱而枕之”，“肱”是胳膊，“曲肱而枕之”，没有枕头，枕着胳膊睡觉，但是“乐亦在其中”，精神上富足，他就感到快乐。对于那些永不知足的人，即使拥有天下的财富，他也不会满足。山东曲阜的孔府里有一幅《戒贪图》，画中的怪兽拥有了无限的财富，

但还是不满足，还要把太阳据为己有，没想到被太阳烧焦了，葬身大海，过去合理的、正常拥有的欲望也化为泡影了，一去不复返。

所以对于欲望，我们通过读中国文化，可以得到一个启示——知足常乐。学会放下，把这颗贪婪的心放下，这对于我们今天的任何一个人都是非常有启示的。

重视读书、学习，也是我们中国文化中非常重要的一个核心思想。孔夫子一生，活到老学到老，“学而不厌，诲人不倦”“不知老之将至”，终身读书，终生学习。人家称赞孔夫子说：你是圣人。孔夫子说：“岂敢”，我是“学而知之”，我是“困而知之”。《三字经》里讲，“昔仲尼，师项橐，古圣贤，尚勤学”，仲尼都成了圣人了，还向一个7岁的孩童学习，就是“学无常师”“三人行必有我师”。所以韩愈讲，“圣人无常师。孔子师郯子、苌弘、师襄、老聃。郯子之徒，其贤不及孔子。孔子曰：‘三人行，则必有我师。’是故弟子不必不如师，师不必贤于弟子。闻道有先后，术业有专攻，如是而已”。孔夫子终生读书，欧阳修公务繁忙，也坚持读书，在马上、在枕上、在厕上读书。中国的文化，强调读书和学习对人生的重要性，“少壮不努力，老大徒伤悲”“一寸光阴一寸金，寸金难买寸光阴”“黑发不知勤学早，白首方悔读书迟”“少而好学，如日出之阳；壮而好学，如日中之光；老而好学，如炳烛之明”“书山有路勤为径，学海无涯苦作舟”，把读书、学习作为人生一个必不可少的环节，认为人生至乐，莫乐于读书。

此外，中国文化还强调人的廉耻。什么叫廉耻？就是羞耻。人不能鲜廉寡耻，孟子讲：“人不可以无耻，无耻之耻，无耻矣。”人要知道羞耻，会对自己的一些行为感到不安，感到愧疚，这叫作羞耻。一个人知耻，是民族的大幸；一个人不知耻，是民族的悲哀。

还有诚信。诚信是人的第二张身份证，“与朋友交，言而有信”“人而无信，不知其可”，人如果不讲诚信，何以立足于社会？宁失千金，不失诚信，因为覆水难收，“一言既出，驷马难追”。只有内诚于心，才能外信于人。

另外，我们讲敬畏。人要讲敬畏，敬畏就是有所怕，有所敬重，不能够老和尚打伞——无法无天，什么都不怕，什么话都敢说，什么事都敢做，什么钱都敢要，什么钱都敢拿。没有敬畏感，人最终会毁灭自己。

还有君子人格、“和为贵”“以人为本”“和而不同”、平常心，等等，这些都是我们中国的传统文化，是几千年来在传承过程中所体现出来的核心思想。我们中国有非常优秀的传统文化，如果要把一些核心的价值观归纳、总结的话，比如“自强不息，厚德载物”——这也是清华的校训，“先天下之忧而忧，后天下之乐而乐”“苟利国家生死以，岂因祸福避趋之”“己所不欲，勿施于人”“己欲立而立人，己欲达而达人”“仁

者爱人”“人生自古谁无死，留取丹心照汗青”“天下兴亡，匹夫有责”“鞠躬尽瘁，死而后已”等，这些都是我们民族的精神，这些精神让中华文化几千年来延绵不断，一直延续到今天。

几大文明古国中，其他几个文明都中断了，唯有中华文化源远流长，一直流传到现在，就是因为这些精神一直贯穿在我们整个民族的历史中，所以，虽然我们在历史的发展过程中遭遇了各种各样的磨难，有外族的入侵，还有外敌的入侵，但是我们这个民族靠着这种精神，顽强地挺了过来。在“鸦片战争”中，英、法联军想灭亡中国，之后的八国联军——俄、美、日、德、英、法、意、奥，想灭亡中国，在 1931—1945 年的侵华战争中，日本也想灭亡中国，但是“睡狮已经醒来”，越是在这种民族危难的时候，我们的民族精神就越是强大，我们的爱国精神、我们的凝聚力就越强大。我们民族的自强、自尊、自信、永不言败的品格、民族凝聚力、爱国精神，一直支撑着整个民族。

我们今天应该让自己民族传承下来的核心价值观走向世界，让世界上更多的老百姓了解中国，不但了解我们的武术、书法、绘画、建筑这些形而下的方面，还应该了解我们这个民族传承下来的核心价值观。西方的价值观和中国的价值观，都是我们人类永恒的普世价值，在这方面，我们了解西方的，比西方了解我们的，要多得多。西方对我们这方面了解很少，所以我们不仅要传播“术”的层面，还要把这些价值观大力地挖掘出来，大力地传承、弘扬我们中国的传统文化，不但要让这些传统文化在每一个中国人的心里生根、开花、结果，也能够让这些核心的思想走向世界，让世界上更多的人对我们中国的文化有一个全面的了解。我们应该通过中国文化的影响力来全面提高中国的文化软实力，提升中国在世界上的总体形象，提高我们的文化竞争力。

提问环节

问： 老师您好，我有个问题想问您。现在网上有很多类似“《周易》教你看手相”“《周易》教你看风水”，这些被人认为似乎是和国学沾边的东西很受欢迎，但是像老师您刚才提到的中国传统文化中的核心价值观，现在反而并不是那么受大家关注，您是怎么看待这个现象的？

答：《周易》是六经之首。中国最早是有六经，即《易》《诗》《书》《礼》《乐》《春秋》，秦始皇焚书坑儒，《乐经》丢失了，所以只剩下五经。《周易》作为六经之首，大道之源，对我们这个民族真正产生影响的是它的思维方式，是它的思想。

《周易》确实有算卦的功能，但荀子讲“善为易者不占”，真正了解《周易》的人

是不去算卦的，用《周易》算卦往往被看成一种雕虫小技。汉代以后，《周易》的演变有两条线，一条线是义理，一条线是象数，直到今天，研究《周易》的，也还是这两条道路。现在，在民间，象数的影响比较大，在学界，义理影响比较大。

这些年来，有人为了取悦于一些老板、官员，把《周易》的术数方面，也就是卜筮、算卦的这一部分功能，用一个 500 倍的放大镜放大了，好像讲《周易》，就是讲算卦，实际上并非如此。而且，对我们丰富多彩的人生来说，对一个企业来说，光靠《周易》如何能够算得准？一部《周易》如何能够帮助我们来进行规范？很多风水大师都是拿着金、拿着钱，念叨“老阴、老阳、少阴、少阳”，给你算卦，其实都在背后偷着乐：傻子，又上当了。原铁道部部长刘志军不是有个风水大师吗？办公室里不是有一个风水大师送的“靠山石”吗？结果落马了，“靠山石”没起作用；山东有个市委书记，《周易》大师告诉他，你命中可以当副总理，可是你命里缺一座桥，叫“岱湖桥”。他真的把一座桥原来的设计方案改掉了，然后把这座桥命名为“岱湖桥”。但是过了不到半年，就因贪腐被抓了，所以老百姓就把这座桥改名为“逮胡桥”，因为这个市委书记叫胡建学。所以在今天，用《周易》算卦，你说的这种现象不会太多。

《周易》对我们这个民族产生影响的，是它的思维方式，比如“阴阳思维”“象数思维”，还有它的思想，比如“自强不息”“刚健有为”。而《周易》中，八卦“乾”“坤”“震”“巽”“坎”“离”“艮”“兑”，象征着天、地、雷、风、水、火、山、泽。通过《周易》的卦爻辞，我们感受更多的，还是上古先民的社会实践活动，比如抢婚制、狩猎、战争、家庭，等等，如果只讲算卦，就是把这些东西全部丢弃了。

对于《周易》里面与卜筮这一功能相关的内容，了解可以，但决不可痴迷。在《韩非子》里面记载过两次战争，一次是赵国和燕国之间的战争，两个国家都算了一卦，结果显示都能赢，既然能赢，那打吧，最后赵国赢了，燕国失败了，所以对于赵国来讲，算得太准了。随后，赵国和秦国又打了一战，这就是重要的“长平之战”，两个国家都算了一卦，结果显示都能赢，最后赵国输了，秦国赢了，坑杀赵国 40 万军队。那么算卦对于赵国来说，是准呢，还是不准呢？对于算卦，很多人都是记住了他该记住的，忘记了他该忘记的，宁信其有，不信其无。

其实今天正规的学者，讲《周易》不会单纯地只讲算卦，还一定会讲《周易》在对 64 卦的阐述中所体现出来的物极必反、对立统一的思想。只有那些江湖派，或者说是忽悠派，才只讲算卦。只是，现在我们的文化中，的确出现了低俗化、庸俗化、媚俗化、迷信化的现象，你说的这种情况就是一种迷信化现象。也包含了一种功利化的现象，就是完全把传统文化当成一种挣钱的工具，在那里胡说，对传统文化根本没有

了解。

总而言之，我理解的《周易》，更重要的是它所蕴含的思想、思维方式。讲解《周易》，会涉及《周易》算卦的一些特点，因为《周易》有这个功能，让大家了解未尝不可，但是正规的学院派不会只讲算卦。

问： 老师您好，刚才您提到了中国传统文化中的核心价值观，我们在提到西方价值观的时候，会想到“自由”“平等”“民主”“博爱”这些名词，但您刚才提到中国传统价值观的时候举了很多的例子，如果让您来概括中国传统文化中的核心价值观，您会选择哪些词汇呢？

答： 比如大家都非常熟悉的“仁、义、礼、智、信”“温、良、恭、俭、让”“礼、义、廉、耻、孝、悌、忠、信”，完全可以作为中国的核心价值观。

问： 现在提出了“中国特色社会主义核心价值观”，有24个字，大家都觉得可以更浓缩一些，您怎么看？

答： 现在很多搞传统文化的人，都觉得这24个字并不能完全代表社会主义核心价值观，还不够完善，有些词是西方的，“富强”“民主”既可以是中国的，也可以是西方的。从我们这个行当来说，应该用中国的语言、中国的概念，用中国老百姓喜闻乐见的词汇，“百姓日用而不知”的思想来概括中国的核心价值观，让人很容易能了解，同时朗朗上口，易于记忆，也便于推广。现在这24个字不好记住，但是如果说“仁、义、礼、智、信”，农村老太太都知道，“温、良、恭、俭、让”，过去“文革”都用这个词，八德“礼、义、廉、耻、孝、悌、忠、信”，妇孺皆知。这些我们甚至可以再浓缩一些，更便于记忆。现在很多地方，比如广东省的中山市，完全就是采用了儒家的思想来改造整座城市，对官员提出的要求是，“尚德”“养廉”，讲的就是德行，是清廉的问题。如果让我来概括，我就用这些词，经过现代转换，赋予它实在的内容，让老百姓更容易去记忆、去了解、去践行。现在这24个字不能完全概括我们的核心价值观，以前提出来的概括北京精神的8个字也是如此，但是这24个字在不断地被完善中，被修正。从这个角度来看，可能过了几年，会对这24个字重新进行修订，重新来归纳、概括，会更多地增加中国文化的元素。

问： 老师您在开始的时候提到了中国文化走出去的问题，虽然现在中国很多地方有“国学热”，强调从娃娃抓起，诵读《弟子规》等，效果也很不错，但是走出去，对于国外民众来讲，既有语言问题，也有文化的隔膜，您怎么看这个问题？

答： 的确。从国内来讲，今天传统文化都是从娃娃抓起，现在有很多书院、私塾，在学《弟子规》，培养孩子良好的德行，讲究“修身”“做人”“敬畏”“感恩”，等等，这非

常有必要。我们在那个年龄，被教导要做“共产主义事业的接班人”，很少讲“修身”“做人”，所以很多做了“接班人”的人，结果成了“掘墓人”。

要走出去确实是一个大问题。澳大利亚有个学者叫李睿智，在澳大利亚传播中国文化 50 年，他说，这 50 年的经验最终告诉我，我失败了，没有把中国文化传播出去。中西文化的差异，使中国文化走出去非常困难。另外，还有语言障碍的问题，用一种西方能够接受的语言，把中国文化翻译出去，这很难。《水浒传》曾经被翻译为《3 个女人和 105 个男人的故事》，还有人翻译为《四海之内皆兄弟》。曾经有人翻译《红楼梦》，“刘姥姥”成了个“异教徒”，“黛玉”被翻译为“Black Jade”，“Black”是黑色的，“Jade”是玉石，“黛玉”，即“黑色的玉”，在西方还有一种意思是“淫妇”“荡妇”，如果你把“林黛玉”翻译成“淫妇”“荡妇”，把“刘姥姥”翻译成“异教徒”，那《红楼梦》没法儿看了。中国的“龙”被翻译为“Dragon”，可是龙在西方完全是一个恶魔的形象，是一个喷着烈焰，吞噬人性命的东西，这其实就是翻译的问题。有人提议应该把“龙”翻译为“Loong”，西方的“Dragon”是一个恶魔，但是我们中国的“龙”代表吉祥、富贵、美好，和西方的龙不一样。对于一些概念，比如“道”，它的翻译就是“Dao”，咱们中国人说“道”都说不明白，你叫外国人怎么理解？“道”是什么？“道可道，非常道。名可名，非常名。”“迎之不见其首，随之不见其后”。看不见摸不着，可就是有这么个“道”！中国的语言，尤其是一些文化中的哲学思想，还有诗歌以及《红楼梦》一类的古典小说的翻译，要讲究“信、达、雅”，直译也不行，意译也不行。

今天我们在世界上 120 多个国家有了 1000 多所孔子学院，其实来听课的人，大部分都是海外华人华侨的子弟，还有一部分人虽然对中国文化略有了解，讲中国的书法、绘画，背我们的唐诗、宋词，学习我们的武术、太极，可是如果你跟他们讲“仁、义、礼、智、信”，难度确实很大。所以要让全世界了解中国的文化，还是应该先从基础的、具象的开始，看看我们的剪纸、武术、电影，然后再提升到价值的层面上。“形而上者谓之道，形而下者谓之器”，先讲“术”的层面、“器”的层面，如果要让西方理解“道”的层面，像我们接受西方的“人权”“平等”“博爱”“公平”“正义”这些概念一样，还需要很长的一段时间。这种文化的不对等，这种民族文化的差异，导致了文化传播中的巨大困难。

录音整理：聂冰玉、吕佳妮

校对：刘滢

第二十四讲 中国故事的传播之道[1]

◎ 王义桅

中国人民大学国际关系学院教授、博士生导师、国际事务研究所所长、欧盟研究中心主任、"中欧学术连线"(CEAN)主任，先后担任天津联合化学有限公司助理工程师、复旦大学美国研究中心教授、中国驻欧盟使团外交官、同济大学特聘教授暨国际与公共事务研究院执行院长；曾为耶鲁大学福克斯学者、巴黎政治学院访问学者、延世大学及布鲁塞尔自由大学（ULB）访问教授；出版专著有:《一带一路：机遇与挑战》《世界是通的：一带一路的逻辑》《海殇？——欧洲文明启示录》等 8 部；译著有:《大国政治的悲剧》等 3 部；编著有:《全球视野下的中欧关系》等 3 部；主编"中国北约研究丛书"(10 卷本)；在《中国社会科学》等 12 个国家的学术刊物发表学术论文 150 余篇。

非常感谢史老师给我这么一个机会给大家汇报一下我最近的一些思考。最近，习近平总书记提出了一个命题，叫"讲好中国故事，提升中国的文化软实力"。我们做的那么好，怎么就说不好呢？这也涉及公共外交领域的前沿课题，与新闻传播学的联系也比较密切。所以，我把今天讲的题目定为"中国故事的传播之道"。

首先，什么是中国故事？现在世界上关于中国的言论很热，毕竟中国确实挺成功的，它们感觉，自从日本以来，没有一个国家这么成功过，而且中国的成功远远超过了日本的成就。为什么这么说呢？日本还是在西方的体系里运作的，包括现代化、"明治维新"，但是中国今天所做的中国梦，不只是现代化的梦，这个梦已经超越了美国梦，超越了现代化的梦，无论是从量上还是质上。那么，今天讲的中国的故事，它是一个谜，对中国来讲是一个谜，对世界来说也是一个谜，那么我们怎么传播好，确实是一个很重要的问题。

我们研究公共外交，更多地强调的是道。人民大学也好，清华大学也好，我们的

1 演讲时间：2014 年 11 月 20 日。

新闻学院非常重视的是传播的手段，传播的艺术，这当然是很重要的，但是我觉得，道更重要。我们为什么要思考“道”的问题呢？

第一，只要你“道”通了，你不会传播，别人也会帮你传播的。当年毛主席在延安窑洞里，没什么公共外交理论，也没什么新闻传播学，但是埃德加•斯诺，远涉重洋，到延安来主动传播，因为“红星照耀中国”，“道”在你这里，所以“道”是最重要的。

第二，你们当中的很多人，包括做思想政治工作的、搞学术的，连自己都说不清楚，怎么能让别人相信呢？传播也是一样的，就像竞选一样，政客们天花乱坠地讲那么多，你听得懂吗？普通老百姓根本就听不懂，比如说，我给你们讲金融学的知识，现在虚拟经济到了 10 的 10 次方这个数量级，过了一段时间又到了 12 次方，你会觉得就增加了两个数量级，差的不多，其实人最后相信的是一种感觉，什么叫感觉？就是你的眼神，你自身对这个国家有没有一个方案，有没有坚定的信念，投票的最后一瞬间就是一种想象，就像谈恋爱，说你愿不愿意嫁给我，最后感动你的就是某一个瞬间，并不是一种推理，把你为什么是我的唯一去论证一下，这个事情不是论证的。刚才我讲了，我自己讲清楚才能说服人，自己不相信怎么可能让别人相信呢？所以对中国来讲，我们可能更多的不是缺少传播之术，而是传播之道，这是我的引言，就是为什么我要讲传播之道。当然，传播之术也很重要，我从来不否定它的重要性。

那么，道在哪里？首先，我们面临的是什么样的中国？什么样的中国故事？这个首先要说清楚。我是江西人，江西有一种酒叫作四特酒，周总理命名它的时候是因为它有四种香味，现在我喝完了四特酒，再喝“中国故事”这壶酒的时候会发现，我们有“四特中国”。

第一，特长的历史。戴高乐曾说过，中国是一个比历史还要悠久的国家。这句话听起来是矛盾的，当然，戴高乐所说的历史指的是《圣经》，就是西方的历史，就是在耶稣诞生的时候。而公元前 221 年，秦始皇已经统一了中国，一直到今天，中国的政治基本上还是郡县制，像海南，秦始皇的时候就已经统治过了。对于西方来讲，中国的历史这么长，是很难以想象的。我之前写过一篇文章，是中、西关于西藏问题的十大认知差异，里面就讲到这样一个故事。所有历史上的帝国，尤其是一战、二战以后纷纷解体，解体以后，这个帝国里的民族就纷纷独立出来，转变成为民族国家，像奥斯曼土耳其帝国、奥匈帝国，一战以后都解体了。而清政府被推翻了以后，西藏也应该独立，这是按照它们的历史经验来想象的。而后来西藏没有独立，它们认为是因为被中共吞并了，这完全是按照他们的历史规律来理解的。

再如“中美必有一战”这种观点，《大国政治的悲剧》这本书出了新版本，其中收

录了清华阎学通教授与作者米尔斯海默教授的对话。国际政治的理论是西方中心的、按基督教设计的理论，因为它所有比照的对象都是它自己的历史，对于美国来说，它就那么一点历史，顶多比照到罗马，但是中国在罗马之前就已经存在了几千年了，所以它没有办法用它的参照系来衡量中国今天所发生的事情。也就是说，因为中国有着特长的历史，而且不是一般意义上的长，是因为中华文明是统一连续性的古老文明，文明的延续性非常重要，我去过四大文明古国里的埃及、印度，另外我还去过土耳其。去埃及你会发现埃及的文明是断的，今天的埃及人和古代的埃及人根本不是一回事，自己的文字都看不懂；印度更是这样，印度从来都没有统一过，连大英帝国都没有把印度统一，所以为什么印度的元首不是英国女皇，就是这个原因，因为它没有被英国完全统一过！印度最有名的建筑是泰姬陵，那是阿富汗国王建的，那是穆斯林的建筑，因此我们说，印度从来没有被统一过。所以，这个“中国故事”时时提醒这个世界，中国的历史比你还要悠久，你穷尽你的脑瓜你都难以想象，因为你就这么一点历史，而且你那些比我更长的文明可惜都断了。所以在国外开会辩论，我经常说，我是不服你们的，因为我是 5000 岁加 40 岁，5040 岁，你不服我是不行的。

我前不久从美国回来，当时他们问我“九段线”，让我说清楚是怎么回事。“九段线”是 1948 年中华民国划的海域国际线，当时叫 11 段线。就像 1948 年夏威夷还不是美国的一部分，直到 1959 年才并入美国版图，奥巴马 1961 年出生在夏威夷，所以他才能竞选美国总统。我想说什么呢？根据海洋法，“九段线”以内都是中国的，只要把历史讲清楚就行了。这是第一个。特长的历史，而且关键还是延续的历史，至今还没有解体，这是难以想象的。西方人总是讨论，帝国什么时候会崩溃，因为历史就是帝国不断崩溃的历史，而中国一直不崩溃，就让它们郁闷了。所以一旦有点迹象，西方媒体和学界就会宣扬“中国崩溃论”，但又一次次被证明是错误的。

第二，特大规模。特大规模是什么意思？比如说，人类开始实现工业化，最开始在英国，那个时候英国才几百万人口，第二个是比利时，然后传播到整个欧洲大陆，那也只有几千万人口，从几百万到几千万。传到了美国以后，工业化在人口数量达到了上亿级，而中国一加入，十几亿。中国的手机用户——12 亿，网民数量 6.7 亿，微信用户就相当于美国的总人口！大家知道，学数学、学物理时会讲到模型是有边界的，这个模型在什么样的数量级范围内才会起作用，比如说，爱因斯坦说牛顿，在宏观世界，你是王，但到了微观世界，我才是王，你是谬误。因为它已经超越了那个边界。最近上映的新电影叫《星际穿越》，穿越了，移动过去了，引力场都已经失效了。现在的科学知识，基本上都来自于西方——德先生、赛先生。这一整套知识是关于西方历史经

验的总结，而且它开创了现代化的历史才几百年，民主才多少年？就算是追溯到古希腊也只有两千多年的历史，你能够用它来形容一个五千年的文明吗？从数量上看，中国已经超越了西方的模型了，无论这个模型是多么的客观、多么的科学，就像“牛顿定律”在微观世界就不适用了一样，西方的模型到了中国这里，就是不行，这里不是你能形容的特大规模。别看今天的印度和中国的人口差不多，但是印度只有1/10的网民，而中国一半以上都是网民，不少人还有好几部手机，所以每个人都被互联网连起来了。而印度这个所谓的“最大的民主国家”，怎么样呢？连平等问题、种姓问题都没有解决，所以用西方的话语体系来衡量说，印度是民主国家，中国不是民主国家，这是多么的幼稚！就是说我们已经超越了西方经验的范畴。

现在整个的科学体系，尤其是政治学，完全是西方的，是一种地方性的知识、经验的一种总结。所谓的普世价值，它有三个神话，第一个神话，是把它们偶然的成功说成是必然的，说工业化一定是发生在它们那里的，包括马克思也在内，什么东西都是必然的，从奴隶社会、封建社会到资本主义社会，都是一种线性进化的过程，马克思也是西方人，他不姓马，他姓“马克思”。

第二个神话，是把短暂的说成是永恒的，把它们短暂的领先说成是永远的领先。西方领先多少年？其实只有250年。500年前谁领先呢？西方真正领先是从18世纪中叶开始，而1776年瓦特发明蒸汽机，那是工业革命的源头。西方说自己一直领先，有谁承认呢？

第三个神话，是把地方性的东西说成是全球性的，没有参与到全球中来。因为什么？因为整个世界几乎都被欧洲殖民，包括美国在内。但是中国，没有完全被殖民。我们说的半殖民地半封建社会，这个说法是有问题的。中国哪有一半的地方被殖民？上海也只有“租界”那块地被殖民了，北京哪有被殖民了？我在欧盟工作过，去欧盟议员的办公室，他就看地图，地图上，整个非洲是我的，拉丁美洲是我的，澳洲更不用说，都是我的后代，看到亚洲，就有点郁闷，最大的国家中国，没被“干掉”，印度，“干掉”了，俄罗斯呢，它本来就是自己的一部分，本来就偏向西方的文化，所以古老文明里，只有中国没有被殖民。那么日本呢？日本也很古老，但日本不是世界级的文明，所以中、日关系为什么不好呢？这是有心理上的原因的。在亚洲只有两个国家没有被西方殖民，一个是泰国，另一个是日本，不仅如此，日本认为，欧亚国家里唯一没有被成吉思汗的帝国征服的只有日本，所以它说它不仅没有被西方征服，也没有被成吉思汗征服。最近，“神风突击队”还要申请世界文化遗产。日本人的这种优越感是发自内心的。刚刚讲了，我们的规模不是西方的普世价值所能涵盖的，普世价值是有边界的，所以

到了中国，发现这不是普世的。以前黑格尔讲过，中国是一切例外之例外，西方用来判断的那些标准到中国就不灵了。

第三，特别世俗的社会。什么叫世俗的社会呢？因为中国没有宗教。费孝通先生说，中国因为文化太发达，以至于没有宗教，任何一种宗教都不可能有足够的空间去占据支配性的地位。《大国崛起》这部纪录片里，大家看得很清楚，从葡萄牙、西班牙一直到后来的美国、苏联，没有一个大国是没有宗教的。苏联尽管是共产主义，但是它毕竟以东正教为主。但中国从来没有一个一家独大的宗教，而儒家文化不是一种宗教，它是一种文化，这对西方来讲是很郁闷的。西方人就产生了很多疑问：第一，你没有宗教为什么到现在还不崩溃呢？有什么秘诀吗？第二，你现在有这么多的权力，你怎么用你的权力呢？很多亚洲国家的人会说，如果要在中、美之间选择一个做领导的话，通常会选择美国，首先，因为在历史上美国没有侵犯过我的领土；其次，因为美国是有宗教信仰的，对于美国来讲，见到妇女儿童是不会乱杀的。但是看看中国的历史，明末农民军首领张献忠屠川时杀了多少万！管他什么妇女儿童！它们认为，中国没有宗教会变得很可怕，你没有宗教，那么你发展的目的是什么呢？你的终极关怀是什么呢？中国说崛起、复兴，那你复兴的目的是什么？你复兴到什么程度算够呢？唐、宋吗？有没有个说法？如果你复兴到了唐、宋那样的程度还想继续发展呢？你说中国要复兴，但凭什么你复兴呢？你说你被西方打败了，但是被西方打败了的多了去了，凭什么你复兴呢？你复兴了将来还想干什么？你复兴了，我要不要复兴呢？如果大家都要复兴，地球受得了吗？蒙古人还要恢复成吉思汗的版图呢！你不是最牛的，牛的国家多得是，玛雅当年也很辉煌，玛雅就不复兴了？就只有你复兴？凭什么？还有，西方要不要复兴呢？

现在中国的对外传播要照顾它们的心态，不应用“我必胜你”的逻辑，而是说我是应该胜你的。中国是成功的，人家很羡慕，羡慕完了就嫉妒，嫉妒完了就恨了。凭什么你就这么成功啊？我经常提起一句广告词：同样是女人，为什么她这么漂亮呢？因为我用了某某胶囊。就是说只要你用了这种胶囊，你也可以和我一样漂亮。但是中国故事里没有这种胶囊，中国告诉你说，我走的是符合本国国情的发展道路，我真的没有灵丹妙药。那么其他国家怎么想呢？你没有灵丹妙药，你又很成功，那意味着只有你能成功，我就没法成功。中国现在鼓励其他国家走自己的道路，但是很多国家走不了自己的道路，大部分国家被西方殖民掉了，根都没有了，怎么走自己的道路？

我在韩国生活了一年，我发现现在的韩国人到历史博物馆，连自己国家的字都不认识了，还怎么复兴呢？根没了！韩国的历史书是用汉字写的，中国人看得懂，韩国

人看不懂，他们很焦虑！我们说，我们历史很悠久，欧洲人都很羡慕，欧洲人说现在的欧洲一体化，到现在都没有做到秦始皇的“书同文”“车同轨”，至今还有 24 种语言，欧洲的统一遥遥无期，这是他们很担心的。

西方人习惯用一种终极关怀来看中国的发展，但是我告诉他们，中国的发展还真不知道有什么终极关怀，我们只知道天天干活。像我，到处接受采访和演讲，天天这么累。人家说你为什么要接受采访、到处演讲呢？我说当然为了教育之类的。但是，今天受到史老师的邀请来作讲座，我就很感谢，我就来了嘛，哪儿那么多废话，因为根本没想那么多！

接待外宾一起吃饭，他们总是问，这个菜是什么菜啊？那个鱼是什么鱼啊？我特别想说，你吃下去不就完了吗？他们不行，必须要问清楚才吃。中国人不一样，除了飞机以外，什么都吃。所以说，中国与它们是不一样的。

中国之所以成功，是因为中国不断地在解决问题，中国琢磨来琢磨去，一直在想怎么解决这些问题，压根没有想到解决这些问题之后怎样怎样，真的没有时间想那么多事情，因为中国的挑战和压力这么大！这就是思维方式的不一样。宗教式的思维方式和世俗论的思维方式是不一样的，宗教式的思维方式是由未来推导今天的关怀，而中国是从历史推溯到今天，不是倒推的。假如你能活 100 岁，你现在是 20 岁，那接下来的多少年应该怎么分、怎么过，这是西方的思维，而中国不是这样的。

第四，特殊的崛起。中国现在的人均 GDP 是美国的 1/8，但经济总量却接近了美国的 70%，中国将来所创造的财富就像《共产党宣言》所说的那样，是相当于人类一切财富的总和，如果那一天到来的话也并不是神话。比如说，我们现在培养的工程师数量，今年大约有 700 万大学生毕业，其中大部分都是学理工科的，可以说有将近 500 万是工程师。一年培养 500 万工程师，我在工厂里待过，一个工程师少说也有 5 个徒弟。一年 500 万工程师，2500 万个徒弟，10 年就是 2.5 亿个徒弟！有人说，我们教育水平不行。但是三个臭皮匠顶一个诸葛亮！而且中国的教育水平差吗？尤其是本科，绝对不会比它们差。

这次我在新加坡参加“香格里拉对话”的时候，英国罗尔斯·罗伊斯公司亚太地区的总裁跟我说，他很担心中国迟早会掌握喷气式发动机的秘密，因为中国这么多人在折腾，造发动机的秘诀就像当年秦始皇炼长生不老药一样，被找到是必然的啊！再说航空母舰，造航空母舰的图纸堆在一起，相当于一艘航空母舰。为什么？因为这个螺丝要和另一个螺丝铆合在一起，这是要反复实验的，核心的技术基本上都已经突破了，接下来就是实验了。中国有这么多的人，这么多的钱，有这么多坚定的意志，造不出

来才是见鬼了。中国人这么勤奋，上帝礼拜天都休息，我们不休息，所以西方人很担心中国。这就是我讲的关于“四特中国”的故事。

在人类历史上，所有的老二在追赶老大的时候，它的人均 GDP 已经和老大差不多了，只有中国是例外，1/8，所以西方能不恐惧吗？美国很清楚，中国的经济增长速度是 7.5%，它自己则是 2.5%，而且 2.5% 能不能保持住还是个问题，所以中国追上美国是必然的！也因此，很多的华人华侨都从美国回来了，他们都知道这样一个事实。世界首富，可能不是比尔·盖茨，而是马云了，因为马云有那么多网民支撑他，有那么多大妈支撑着呢！

所以说，中国的故事是世界性的大学问，因为从中国 5000 年的文明里，也很难解释中国今天所发生的这一切，而西方的理论也解释不清楚，其他的更不用说了，所以说，讲中国故事不是我们自己的事情，而是整个世界、整个人类共同的事情。只要你把“道”讲清楚了，它比你传播得更快。所以，将来做中国的学问是大学问。近年来，哈佛、牛津这些老牌名校越来越多的毕业论文都是关于中国的，并且做得比你还要漂亮。在传统的中国和近代的西方科学体系里都很难把中国的成功故事——当然包括不成功的故事——讲清楚，如此说来，讲中国故事是对人类知识体系的一个巨大的挑战，如果只用我们的或它们的理论和话语体系都很难讲明白。

以前的理论和话语体系很简单，就是西方成功了，因为工业化，工业化是它成功的秘诀，大家都可以来学它，所有的国家也只有学它才能成功，这是他们的逻辑，学西方就是学成功，因为只有一条成功的道路，无论是日本还是“亚洲四小龙”都是在效仿西方的过程中成功的。由此，西方成功的背后所承载的价值和制度当然就是普世的，因为没有其他的道路。

现在飞来了一只黑天鹅，天鹅不一定都是白的啊。非洲的黑人兄弟说，黑天鹅也是很漂亮的，我们也是黑天鹅。这在西方看来就很糟糕了嘛！因为中国的存在把西方的普世价值的神话给打破了，就是因为你证明，不走西方的道路或者是学习西方，但是走自己特色的道路也是可以成功的。

习近平主席今年（2014 年）去拉丁美洲访问的时候，阿根廷总统握着习主席的手，激动地说，早知道中国会成功的话，我们这么多年就不用学华盛顿共识，最后落入中等收入陷阱，因为我们以前不知道还有第二个成功的模式，一直都以为是“自古华山一条路”，没有别的成功道路。但现在，所有西方理论到了中国这里统统都要止步，这是我讲的“中国悖论”。在“中国悖论”之前，我学到了古希腊思想家伊壁鸠鲁的悖论。他曾说，神是不存在的。如果神存在，是因为世界上有很多邪恶的东西，所以，魔鬼

也存在，而神又是无所不能且永远正确的。既然魔鬼存在，神又无所不能，那神为什么不把魔鬼拍死啊！神说我不拍，我留着它们吓唬人，那么神在道德上是有问题的。既然你无所不能，又永远正确，那么肯定是不存在的。所以说，伊壁鸠鲁是无神论的开创者，他从逻辑上推翻了神的存在，后来又启发了但丁，对文艺复兴时的思想解放起到了很重要的作用。

那么"中国悖论"是什么意思呢？自由、民主是经济可持续繁荣的必要条件，假设这是一个定律。那么看中国，经济可持续繁荣，35 年了！在人类历史上，经济增长保持两位数的并且持续这么长时间的，没有过！刚刚讲了，中国每年培养的工程师的数量相当于美国、日本还有印度的总和还要多，西方怎么不忧虑呢？因为核心的技术就这么几项，中国人力、物力、财力都有，又有这么强烈的复兴愿望，折腾不出喷气式发动机才见了鬼了。

以前我们还羡慕法国人，现在呢，法国只剩下香水、红酒等少数的奢侈品了，其他产品的生产正在被华为、中兴等来自中国的企业逐渐取代。所以，西方现在就面临这样一个问题：第一，我要承认中国的经济是可以持续繁荣的，那我必须得修改我的前提条件，叫政治自由民主。那么一修改这个条件，我的价值就不是普世价值了。第二，就算我承认你经济可以持续繁荣，但是你可能有你自己那一套民主，也是符合我这个前提条件的，就是民主等于经济持续繁荣，但是我就被迫要承认你那套也是民主。从这两点来说，无论怎么说都是说不通的，现在就赌最后一条，你的经济是不可以持续繁荣的，只要你持续繁荣，无论是推出你是民主的还是非民主的，都不符合我的普世价值。这正是我说的"中国悖论"。就像刚才说的神和魔鬼是不可能同时存在的一样，这就是西方纠结的地方，当然也是我们郁闷的地方，我们自己很多人都认为，我们也讲不清楚这个"中国故事"。比如说，我和清华秦晖教授曾经有一次关于主权和人权的辩论。秦晖老师非常相信，中国迟早要融入西方的主流世界，不融入进去是说不清楚的，就刚刚讲的，道理上通不了。我跟他说，不用着急，因为我们是 5000 年，它们才 170 年，你用我们西方化的 170 年跟它们比，当然比不过了，你用 5000 年比，逻辑又不是这么回事了。这是我讲的第一个核心的观点，就是讲好中国故事，是全世界共同的事情，不仅仅是中国的事情，这是一个世界性的挑战，它涉及的不光是一个传播问题，更多的是整个人类的知识体系、价值观念在某种程度上的重新调整和更新的问题。

在欧洲的时候，我经常跟他们讲，你们以前老是想着"殖民"中国，但到最后你还得感谢中国，因为你下围棋留了一个对手。古罗马曾经有一个将军，打仗很厉害，把最后一个强悍的敌人给干掉了，干掉这个敌人以后，他抱着他的尸体痛哭三天三夜，

为什么呢？因为没有敌人了，那他这个将军的价值何在呢？同样地，如果西方把中国也完全“殖民”了以后，那么整个世界上就找不到一个能够让西方走出今天的困境的国家了。

一些西方具有远见卓识的政治家意识到了这一点，其中最有代表性的是德国前总理施密特。他曾经对我们的领导人说，我对西方已经很失望了，因为西方二元对立的思维方式已经走不出这个循环了，将来可能要靠中国的成功来刺激它，让它走出这个循环。所以中国成功，我不仅仅是一般意义上的羡慕，更是由衷地感到高兴，只有你成功才能让我们走出困境。这是非常明智的观点。比如说美国的中东政策，美国一会儿支持这一派，一会儿支持那一派，这就是二元对立，它在不断的反复。还有一个现象，美国以前是要推翻阿萨德政权，利比亚是它的敌人，现在阿萨德政权的敌人 ISIS，就是“伊斯兰国”，也是美国的敌人。逻辑是什么呢？美国说，我的敌人的敌人，还是我的敌人，绕不出去了。那到底是打伊斯兰国呢还是打阿萨德政权呢？以前说一定要把阿萨德政权干掉，干掉了吗？没有。不仅没干掉，还让伊斯兰国起来了，所以美国的中东政策已经绕不出来了。毛主席讲得很清楚，要把我们的敌人变得少少的，把我们的朋友变得多多的，这就是统战！所以，讲好中国故事是人类的一个巨大的挑战，因为中国没被西方殖民掉，已经跳出了那个循环。

那么中国为什么自己也讲不清楚自己的故事呢？第一，什么是“三个中国”“三个故事”？梁启超 1911 年写的《中国史叙论》是篇经典，文中他提出了“三个中国”——中国的中国、亚洲的中国、世界的中国。梁启超在中国学术史上的地位，近代以来，在我看来无人能及。我们大部分都崇拜严复《天演论》那套逻辑。大家都熟悉这句话：落后就要挨打。落后真的会挨打吗？中国“鸦片战争”被英国人打败了，是因为落后吗？那个时候，乾隆皇帝说，天朝无所不有，原不藉外来货物以通有无，到底是谁更落后呢？另外，如果说落后就要挨打的话，中国现在终于先进了，难道也要开始打别人了吗？为什么我觉得梁启超很伟大，他当时说，按照西方的民族国家的观念，中国应该是 56 个民族，所以他发明了一个概念，叫中华民族，就把中国这个不是按照民族国家组成的国家统一到了一个大家庭里来，无论是元朝还是清朝，都是中国的，按照他的理论就是可以成立的，因为元朝和清朝也是按照中华的方式来统治的，也是我们民族的一个重要组成部分。但是日本人、韩国人不认可这一点，比如说“甲午战争”，日本翻译成“清日战争”，就是清朝不是中国的。

所以，为什么说元朝以后，东亚文明的中心移到了日本。有一句话叫作“崖山之后无中国，明亡之后无华夏”。崖山在广西临海的地方，是元朝最后打败宋朝的地方。

也就说宋朝灭亡以后，中华文明的根就已经断裂了，转移到日本那里去了。有一个中国哲学家，叫朱舜水，他说现在中华道统尽失，现在全靠日本人来恢复道统了。到了明朝灭亡以后，朝鲜认为中华文化气数已尽，这时它们自己开始称皇帝，这样才有了之后的明成皇后。这也说明了它们认为，文明的中心移到了它们那里。历史上朝鲜是中国的藩属国，不可能自称皇帝，我们吃五花肉，它们吃三花肉；我们是红砖碧瓦，它们是青瓦。梁启超提出了“中华民族”的概念，将五千年文化融会贯通。但有不少人不认同这种观点，从民族国家的概念出发，认为明朝、清朝不是汉民族文化。因此，梁启超做的是大学问，他将中华文化“圈”起来，成为一个整体。

我就按照他的思路，提出三种“中国”。第一种叫作传统中国，以文化为血液、载体。有人说中国是一个文明，假装成国家。后来我们又把它称作 civilization state，它是一个文明型国家。不是说“文明国家”，因为这是与“野蛮”相对的概念。说的是一种文明，一种文化共同体。

第二种叫作现代中国。比如说，我国全称“中华人民共和国”。除了中华以外，人民、共和国都是西方的概念，是欧洲的概念。中国的英文“China”是怎么来的？大家肯定会想到瓷器，而瓷器的重要生产地点江西昌南的发音类似英语“China”，因此西方人会用昌南——现在的景德镇——代指中国。我在欧洲访学时，对当地同行说，我们的国名是你们取的，我是共产党员，我信仰马克思主义，这些全部都是你的。当时我穿了一身青年装，他们问，这是不是中国特色的服装，我回答说，这是根据普鲁士军服改造的。我对他们说我穿的是你们的，国家以你们的概念来命名，今天是几月几号也是你们告诉我的，而不是说孔子诞辰多少年。所以中国不会是你们的威胁。

其中有一个是德国知名学者施耐德，他专门研究现代中国，问了我两个问题：第一，你真的信仰马克思主义吗？他认为中国搞的不是马克思主义，很多人认为中国是搞国家资本主义。我说，我们搞的是中国特色的马克思主义，可能马克思本人也会认同。为什么用马克思主义？这是一个旗号，西方的各种主义都已经失败了，比如说，“乌托邦主义”。而中国的传统文化也被推翻了，“打倒孔家店”。“鸦片战争”失败了，我们认为要“师夷长技以制夷”，从制度上变革。“甲午”战败后，我们认为，我们的文化比不上别人，所以鲁迅会有“中国的文化是蘸着人血的馒头”这样的描述。鲁迅和胡适甚至主张要废弃汉字。我们的老祖宗要为我们今天的失败承担一切的责任。我们传统的文明和文化都是落后的，都应该被摒弃。之所以选择马克思主义也是因为没有别的主义可选。至于现在的马克思主义是不是真的马克思主义，只要我们说是，它就是。社会主义是一种文明，可以被我们定义。当下其他的社会主义都没了，而我们的时间

最长、最权威。我们把社会主义从一种运动变成一种制度，最后变成一种文明形态。

第三种叫作“全球中国”。中国有 6.7 亿网民，我看很多网民是中国人的外表，外国人的心。再比如上海，已经不是一座中国城市，而是真正意义上的 Global city。在全球化趋势不可阻挡的今天，中国已经演变为“全球中国”。

讲好中国故事，要讲清楚传统中国怎么走到“现代中国”，又发展到今天的“全球中国”。我们经历了三种文明的转型，一是由农耕文明转型为工商业文明。前者强调天人合一，量入为出，而今天“空手套白狼”也不算“失德”了，有本事就去套利炒股、搞“量子基金”“光棍节”促销。但在传统文化看来，这些做法都是不可取的。从最大的农业国家变成最大的制造国、最大的出口贸易国家，这是前所未有的。

二是由内陆文明转型为海洋文明。老子讲“上善若水”，这里的水，指的就是淡水。中国古代对咸水一无所知，孔子说：“道不行则沉浮于海。”海是一个晦涩的概念，不是一个好的象征。后来打败我们的是西方列强，从这个角度讲应该是“上恶若水”，而非“上善若水”。在古代，谁能把水治理好，就把王位让给谁。在西方，民主的起源和打仗有关系，各个城邦之间因为战事的需要组合在一起，有一本书叫作《极简欧洲史》就是专门描述这些事件。民主现在看起来很好，但是民主一开始就很好吗？我们学公共外交，而公共外交的起源是搞和平演变，有着“不干净”的来源。为什么要依法治国，这个法是什么法？有人说法大还是党大？为什么西方有依法治国，是因为它前面还有一个过程。现在我们读西方只知其果，不知其因。它们之所以有依法治国，是因为“把恺撒的给恺撒，把耶稣的给耶稣”，实现了政教分离。在国际关系中，民族国家就是在政教分离的博弈中产生的。而古代中国没有耶稣这个概念，一直到现代中国，中国共产党的使命就相当于国王和耶稣。所以在中国有人问，党大还是法大，这就像在西方问，谁来监视上帝？这样的问题在西方人看来毫无意义。我说的意思是，一定要搞清问题的源头是什么，做简单的类比是毫无意义的。

三是由东亚体系的文明转向全球体系的文明。“天下一家，天下胸怀。”《英雄》这部电影里面的天下，指的仅仅是东亚。有人说，美国领导世界不到一个世纪，而中国却在历史上长期位于世界中心。这个话是骗人的。中国从来没有做过世界的中心，连日本都没有“拿下”，怎么可能是世界的中心呢？由此来看，60 多年来中国人民在共产党领导下所取得的成就，远远超过五千年来所有皇帝取得的成就。现在中国对世界经济增长的贡献巨大，而在古代，即便中国占世界经济总量的 1/4，但仍然是一个自给自足的封闭国家，谈不上对世界经济发展作出过什么贡献。现在中国经济总量大约只占全球的 13%，但是对全球经济的贡献近 30%。这三种文明的转型在之前的五千年历

史中都没有出现过。此梦非彼梦，今天的“中国梦”确实不简单。秦始皇统一中国以后自称皇帝，他说“功高三皇，德高五帝”，所以自称皇帝。而今天我讲共产党的几代领导人功劳很大，因为五千年来没有实现的这三种文明的转型，现在基本上都实现了。

讲好中国故事，这个故事在五千年的中国文明史中没有发生过，甚至在人类文明史中也很少有国家能在如此短暂的时间内实现工业化和现代化，如果没有中国共产党的领导，这难以想象。中国共产党在中国存在着三种职能：第一，就是用意识形态统合全国，我跟外国人讲，这就是类似你们的“上帝职能”；第二，就是维护政局稳定的职能；第三，就是强大的社会动员功能。

更为重要的是，中国的成功里面已经包含了西方的因素，马克思、市场经济、民主法治、宪政，这些都是西方的，我们从来不避讳这一点。我会对西方人说：“我的成功折射了你的成功。我的军功章，有你的一半。”因此，中国的成功不可能闭门造车，它是与西方的资金、技术、意识形态、价值观等合作的产物。但是现在很多人没有意识到这一点，批评中国的民主没有西方好。这是以西方的错误去批评西方。我们要把中国的故事讲清楚，传达好中国成功背后的西方因素，让西方乐于接受中国的发展和成功。中国的成功还能成为西方发展的“解药”，找到西方发展面临的瓶颈的突破口。因此，西方对于中国共产党的执政地位，应该抱着一种支持的态度。但是西方由于多年以来的优势形成优越感，一时还难以改变。

不仅应该讲好过去，也应该讲好将来，讲好中国文明能够对世界文明的延续作多大的贡献。中国是最大的发展中国家，中国成功了，其他的发展中国家也会成功的；中国是最大的新兴国家，中国成功了，其他的新兴国家也会崛起的，西方也是会从中获得机会的。如果能够把这个故事讲清楚的话，所有的国家都会欢迎你。但是现在我们却不是这样讲故事的：我们过分强调成功的历史必然性，很少考虑别人的感受，这是需要改进的地方。

实际上，中国故事就是关于中华文明复兴、转型和创新的故事。复兴和转型很容易让人理解，关键是创新。今天中国从事的工业化不能是简单抄袭西方的，而更多是一种新型的工业化，不能重复过去的老路，带动一种可持续化的工业化文明。不能重新重复先污染后治理的老路。现代化的故事，需要突破原来的话语体系，在其他国家都实现过，工业、农业、国防、科技现代化，这不足以代表中国，我们还有第五个现代化，治理能力和治理体系的现代化，美欧都已经逐渐意识到它们的制度需要变革。以前它们认为自己拥有的是普世价值观，不需要改革。它们意识到，真正的上帝并不存在，也没有所谓“历史终结于资本主义”，改革是不可缺少的。如果不承认自己需要

改革，那么，这个国家就完蛋了。改革的目的是适应这个新的时代。

以前，我们一讲改革就是要去接轨、转型、拥抱主流西方价值。比如，菲律宾的《宪法》几乎是照抄美国的，没有成功。华约晚于北约成立，但早于北约解体，而华约的《宪章》几乎也是照抄北约的。因此,缺乏自己的核心价值观是很危险的。所以，中国故事不是照搬、照抄西方的经验，而是创新。从这个意义上看，中国故事应当属于整个人类。一个国家带动更多的国家成功,正如现在所讲的"一带一路""互联互通"。现在基础设施建设是我们最大的优势，中国有人力、物力、财力和经验，其他发展中国家没有中国的帮助是很难做到的。中国文化强调"大通""全通""打通任督二脉"。中国文化善于疏导，而不是制造更多的对立。像美国在中东，就是以这个敌人打那个敌人，美国需要制造敌人，制造危险，才能保持自己的活力存在。从这个角度看，中国文明已经超越了以欧美为中心的西方文明。现在，我们和各个国家所讲的"命运共同体"，讲的就是同甘共苦，既要和发达国家同甘，又要和发展中国家共苦，要去援助它们，坚持正确的义利观。

"传统中国""现代中国"和"全球中国"，这三个故事对应了三种类别：西方国家、发展中国家和新兴国家。我们要跟发展中国家说："我成功了，你也能成功，找到一条适合自己国情的发展道路。"这条路线比美国那条路线高明。美国人说他们是代表唯一正确的道路——所谓的"上帝之路"。要成功就选他们，没有别的道路，不然只能挨打。所以现在要解决的问题是"走出近代，再别西方"。何为"走出近代"？在近代我们被西方人击败，所以在心理上总是强调东方和西方之间的对立。这种思维方式存在问题。以德国的历史为例，我来进行一下说明。

今天更多人说要和美国比，但其实今天中国的处境，跟 1871 年的德国比较类似。1871 年德国统一之后，面临的一个重要任务是长久以来，德国都被认为是导致罗马帝国解体的入侵的日耳曼蛮族的后裔，所以尽管国家统一了，但还是被认为是野蛮的民族。如何才能把"蛮族"的标签去掉呢？德国诞生了一位伟大的思想家,叫作斯宾格勒。斯宾格勒写了一本书，叫作《西方的没落》。他研究的是历史生态学的循环。他认为文化是具有多样性的，是后来居上的。文明是一种成熟的文化，但因为已经成熟，所以即将衰落。以前德国一直在学习西方成熟的东西，但始终是跟在别人身后，成熟的东西学完了，又产生了新的东西。所以应该转而学习西方的内核。所以斯宾格勒用"文化"的概念对"文明"的概念进行了解构。以前"文明"的概念源自古希腊，后来古希腊被古罗马打败之后，古罗马拥有了文明的话语权。再后来罗马帝国衰落之后，英、法又夺走了文明的话语权。所以，文明是一种话语霸权。同样，在中国，以前也称东

夷、西戎、南蛮、北狄，而中心则是华夏。这同样是一种等级取向，只有华夏是文明的，其他地方都是不文明的。所以文明一直都是一种话语霸权。在斯宾格勒看来，英、法所代表的传统文明已经衰落，而新兴的文化是多元的，是后来居上的，是在德国产生的。所以他论述的“西方的没落”是指以英法为代表的西方已经没落了，而只有德意志才能拯救西方的没落。所以德意志的中心论代替了以英、法为代表的西方的中心论。从内部确保了德国文明的后来居上，并在理论体系上论证了这一点。

第二位伟大的思想家，叫马克斯·韦伯。他认为，德国之所以成功，是因为找到了人类生产方式的密码，这个密码就是他的书名，《新教伦理与资本主义精神》。也就是说，以前统治的都是以梵蒂冈为代表的天主教徒，天主教的等级区分很明确。最早欧洲人之所以如此虔诚地信奉天主教，是因为那时大多数人都是文盲，只有少数人能读懂拉丁文。而《圣经》则是用拉丁文写在羊皮纸上的。当时的传教士，背着拉丁文写的《圣经》，到各个乡村里去传播上帝的福音。传教士说什么是上帝的旨意，老百姓只能相信，所以导致了腐败和专制。封建主开始征税，开始以上帝的名义压迫农民。等到印刷术传到欧洲以后——当然，西方人始终坚持说是古登堡发明的印刷术——第一部印刷的书籍是德文版的《圣经》。德文版的《圣经》由马丁·路德翻译。随着《圣经》德语版的印刷发行，人们的思想产生了混乱。马丁·路德创建了新教，提出了“因信称义”的逻辑，即任何人阅读《圣经》都可以和上帝进行直接对话，不需要通过传教士。这样就把腐败的教皇统治给根除了，每个人都平等了。新教的作用很大，以前强调等级体系，服从封建主，才能上天堂，否则就要下地狱，话语权一直都由封建主所垄断。但现在新教宣称，每个人都是有原罪的。如何拯救自己呢？以前说只有经过封建主和传教士，才能拯救自我，因为他们代表上帝；但新教认为，个人可以通过发财致富的方式拯救自我，只要将创造的财富捐献给教堂，个人就可以拯救自我的灵魂。从逻辑上将等级体系瓦解了，从而也催生了资本主义。这也是在德语区里首先发生的事情。所以德国的统一和崛起之所以伟大，就在于它不是为了一个国家，而是为全人类找到了一种新的生产方式以及与它相配的“密码”。这不仅是一般意义上的后来居上，更代表了人类发展的未来。

第三位伟大的思想家是黑格尔。在 18 世纪的欧洲兴起了“中国热”，认为中华文明是人类的一座高峰。例如，伏尔泰曾说：“欧洲人最大的悲剧是不能成为一个中国人。”这和我们现在身边很多人的思路类似。当时欧洲很多人对中国的文化都非常的崇拜。如果不超越中国文化这座高峰，整个西方是无法站起来的。所以德国从西方内部站起来以后，还要让整个西方从整个人类文明史上站起来。黑格尔提出了一套新的假

说。这套假说认为，人类的历史，从西方起源，回到了东方。所以现代东方虽然很成熟，但属于近代史。就如同日本认为自己是“日出之国”，而中国是“日落之国”一样。中国过去很辉煌，但是现在已经开始衰落。而且中国自从雅斯贝尔斯所谓的“轴心时代”，即春秋战国时代，一直到现在为止，王朝在轮替，但文明上没有任何进步。文明的高峰自从当时便已经成熟了。中国的文化是什么？孔子、老子……但孔子和老子之后呢？中国就后继无人了吗？这显然是不正确的。黑格尔的逻辑是非常有误导性的，我们应该这么理解：孔子和老子也是两千多年来中国人给建构出来的。也就是说，中国的“圣经”是几千年来所写就的。不可能老子或者孔子一个人完成了一整套极其完备的体系。所以，他们只是标志性的人物而已。不是中国后继无人，而是中国人在不断地对他们进行阐释。这些阐释的人的具体名字已经不存在了，他们都叫“孔子”。孔子活在我们每个人心中，孔子有无数的子孙，你我都是孔子的子孙。如果不从这个角度理解，而是认为孔子之后中国后继无人、中国文化是静态的，那是有问题的。黑格尔的假说，已经严重的束缚了很多人的思想。黑格尔当年之所以要提出这套理论，是因为他要从中国文明中站起来，所以他认为中国以前很辉煌，但近代已经衰落。但可惜现在很多中国学者已经非常认可这套学说了。我们必须要打破这种学说。

这三位伟大的思想家，将德国的话语体系构建完备了。但这种构建的方式，都是以征服一个高峰，然后让自己变成高峰为代价的。但今天的中国，却有着自己需要面对的问题：第一，如何面对中国特色和普世价值，就像当年德国如何去面对中华文明，因为，当年的中华文明是以天下为体系，跟现在的“普世价值”是一样的。那现在中国如何去对抗普世价值，有人一味强调“中国特色”；有人说西方是假的普世价值，中国是真的普世价值；还有人说，中国坚持的是社会主义的普世价值，等等。在我看来，这些说法都会陷入一种新的、二元对立的思维方式里去。所以今天的中国需要完成这样几个任务：第一，要像当年的佛教传入中国以后，经过 700 多年的历史，把佛教变成了佛学和禅宗。这里有无数的思想家起了作用，比如韩愈。170 年来，西方的价值体系传入中国，现在能不能够像当年佛教一样，把它变成中国的东西。马克思主义已经中国化了，但中国特色的普世价值还没有出现。所以我们要讲中国故事，要传播、要搞学术，第一个就要搞清楚这个东西。那佛教怎么变成佛学和禅宗的呢？佛教一开始传入的时候，中国人是不接受的。我们的文明这么辉煌，怎么能接纳外来的宗教和学说呢？后来发生了两件事情，第一是佛教本身的入世。传教士见到中国的皇帝，皇帝问他，是佛大还是皇帝大？传教士说，皇帝是地上的佛，佛祖是天上的佛，二者不冲突，所以是传教士把问题解决了。皇帝一听，挺好的，我也是佛，有利于统治，所以把佛

教变成了其统治的工具，这一点很重要。第二，中国的思想家提出了一个说法。大家知道，老子口述了 5000 字的《道德经》之后，骑着毛驴，不知所终。有人问，老子到哪里去了呢？他应该还继续活着呀。于是有人提出，老子去了印度，同时重新创立了一个宗教，叫作佛教，现在他又回来了，所以佛教是我们自己的。因此，知识分子为佛教找了个台阶。那么，我们现在能不能够把西方的普世价值，也变成我们自己原来创立的东西，现在又回归了呢？也就是说，能不能将西方的普世价值内化成自己的东西。马克思主义已经内化为我们自己的东西了。毛泽东、邓小平等老一辈思想家、革命家能够作出这样的贡献，把外来的东西内化成自己的东西。所以，我们应该要有这个自信心。我最近有一个想法，既是中国特色，又是普世价值，这两者似乎始终有冲突。我提出了一个概念，把普世价值变成“普适性”，这样问题就解决了。这一个简单的“性”字，带来了整个学问和思想的变化。比如，“普世价值”表明，这个价值已经成型了，例如，民主、宪政等，都有固定的说法了。而如果变为“民主性”“宪政性”和“普适性”，那就成为了一个动态的概念。也就是说，在不同的文化和不同的发展阶段里面，呈现出不同的价值普适性而已。任何人都不能说自己的价值一定是普世价值，因为每个人的价值里都肯定有普适性的成分，否则如何跟世界沟通呢？所以中国，曾经也是西方的一个因素。例如在法语里面，有一个词叫作“France Chinoise”，即“中国化的法国”，它表明法国的一些瓷器、油画、文学艺术里面已经有中国元素了。有一本书建议大家读一读，叫《西方文明的东方起源》，我们今天讲的西方文明好像都是西方的，但其中有很多部分其实是来自东方的，包括两河流域、埃及等地区。但后来西方文明逐渐成熟后，却将所有东西归结为自己的。19 世纪殖民主义兴盛时期，西方又鼓吹殖民的合理性，因为它们是先进生产力和先进文化的代表。但事实果真如此吗？埃及文明，两河流域的文明曾经比西方辉煌得多，只是在衰落之后才落后于西方。所以，我们既能够在西方文明中找到东方的起源，也能够在东方文明中找到西方的起源，这样相互包容，不存在谁比谁好的问题，而是你中有我，我中有你的关系。这样才能讲一个更大的故事，超越东、西方，关注整个世界的发展变化，将几百年的对抗看作短暂的瞬间。这就是我今天强调要讲的故事。对于中国来讲，没有“一神论”如何持续成功、崛起和繁荣，我们的学者能不能像韦伯当年写《新教伦理和资本主义精神》那样，写出一本属于中国自己的《世俗伦理与社会主义精神》？不是所有的宗教型的国家才可以崛起，像中国这样的“世俗国家”，同样是可以崛起的。只有写出这样的东西，才能将自己的故事讲清楚，构建起完备的价值观体系，同时也能启发和激励更多的国家共同发展。

现在的中国一直强调自己是“特色”，这是有问题的。既然是好的东西，为什么不

让别人分享呢？如果仅仅适用于自己，那也许是有问题的。好的东西可以不强迫别人学，但肯定是有别人可以学的因素的。如果否认这一点，老是说西方是普世价值，中国是中国特色，这样就会产生没完没了的冲突。在今天的中国，老是有“左”和“右”之争，其实所谓的“左”和“右”，不过是两个西方之身，如同盲人摸象一般，都没有理解西方的精髓。

最后，我们可以得到以下的结论：第一，传播之道首先源于传播之性。传播之性在于自己想明白，有更大的理论体系包容他人。我经常引用的一个例子是孙悟空。我们老是想做唐僧，给孙悟空带一个紧箍咒。为什么要做唐僧呢？要做如来佛祖，无论孙悟空怎么跳，也跳不出如来佛的手掌心，而不是非得用紧箍咒限制他人。没有更开阔的胸怀、更博大的思维、更多的包容，做不了如来佛，所以才有人不断地捣乱。现在用紧箍咒限制人家，说这是红线，不能触碰，这样是没有底气，是很难跟人家进行争论的。

例如，最近西方媒体批评中国，为了开 APEC 会议关闭了北京周边许多工厂，是不够自信的表现。但再漂亮的女人，如果不施粉黛，不讲究着装礼仪，她可爱吗？再自信也要打扮一番呀。为 APEC 做必要的准备不过是梳洗打扮一番，这很正常。

又有人说，中国不自由。但我认为，中国是一个世俗的文明，它太自由了，中国现在是自由太多而不是自由太少。因为在宗教型的国家里面，神是不可触碰的。在美钞上都印着“IN GOD WE TRUST”，在人民币上却找不到这样的文字。在中国，共产党承载着一部分“上帝的职能”，但批评共产党的人多得是。在美国，有人敢攻击上帝吗？不可能的。不仅不可以攻击上帝，连华盛顿等美国的开国元勋都不可以攻击。如果大家去过华盛顿就会知道，当地所有的建筑都不能高于华盛顿纪念碑。在北京，不会规定所有的建筑不能高于毛主席纪念堂吧。所以谁更自由呢？作为世俗性的国家，中国一定会比宗教性的国家更加自由。所以，中国不是缺少自由，而是要管理自由的问题。

另外，如果将中国视作一个现代国家，那么我们的历史比西方要短。美国作为一个现代国家已经几百年了，中国在 1911 年才成为一个现代国家。但是中国是一个文明体，所以要取文明之所长，舍国家之所短。这就意味着讲中国故事，要淡化国家的概念，从文明的角度出发。西方学者动不动就讲民主和人权，其实民主文明不过是政治文明的一种形态而已，政治文明追溯到古希腊。那如果追溯到孔子，追溯到中国的《道德经》，政治文明又是什么样的呢？所以你与它们争论，就要跳出国家的视野，要从文明的角度切入，用 5000 年的文明来对抗西方的几百年。我在欧洲讲学时，有个学生问，历史书上说中国不是 5000 岁吗？为什么现在是 65 岁呢？他们不理解国家和文明是不

一样的。中国人一般不会问这个问题。

最后一点，讲中国故事，要把我们来讲，变成它们来讲，要让它们比我们更急切地去讲中国故事，这才是真正的高境界。我的故事就是你的故事，你的困惑就是我的困惑。把你的困惑交给我，我们一起来共同讲好这个故事。这就是中国故事的传播之道，道可道，非常道！谢谢大家！

录音整理：林成龙、付光磊、龙亦凡

校对：赵涵漠

第二十五讲 我们为什么唱响中国 [1]

◎ 主讲人：玛雅

生于南京，长于北京，籍贯湖南；当过兵，当过国家公务员；1990 年赴澳大利亚学习英文，1992 年转赴美国留学，获政治学博士学位；2002 年加盟香港凤凰集团，任《凤凰周刊》副主编、凤凰卫视出版中心主笔；著有《战略高度——中国思想界访谈录》《当代中国思想界国是访谈录》（海外版）；主编《聚焦当代中国价值观》《人民共和国六十年与中国模式》，在美国出版英文论著《中国民主进程中的国家与社会》（*State and Society in China's Democratic Transition*，*Routledge: New York*，2003）。

很高兴再次来到"清华新闻传播学前沿讲座"。对我来说，这里是一个 lucky place。为什么呢？ 2011 年我出版了《美国的逻辑——意识形态与内政外交》一书，这本书最初的缘起就是在这个讲堂上。

2009 年我的《亲历美利坚》出版后，李彬教授请我来到了这个讲堂，当时讲的题目是"谈谈美国的独特性与文化政治"。在准备讲稿的过程中，我重温了在美国读书时学的相关内容，对美国的独特性以及由此而生的文化政治做了梳理，形成了对美国霸权主义的文化根源的基本理解。

美国何以为美国？这不但是一个我自己问了 N 次的问题，也是一个不断有人提及的问题。由此我觉得，这其实是一个应该面向大众读者的话题。于是，当"美轮美奂"这个字眼在无意间从我脑海中瞬息闪过，我想到了它的谐音"美伦美患"，并由此生发了编辑《美国的逻辑》这本书的念头。

我所说的"美伦"是指意识形态——美国独特的文化传统和价值观如何造就了美国，使之成为所谓"上帝的熔炉""山巅之城"。"美患"是说问题——为什么"自由市场 + 民主政治"这个曾经为世人所仰慕的美国模式，在今天正遭遇前所未有的挑战；为什

1 演讲时间：2015 年 10 月 8 日。

么美国今天在国际上呼风唤雨，在称霸全球的同时，已然成为世界头号麻烦制造者。

《美国的逻辑》2011 年在国内出版，2012 年香港三联书店出了繁体字版。所以我说，这个讲堂是一个 lucky place，是一个启发思考，带来收获的地方。

我上一次讲的是美国，这一次讲中国，主要讲讲《道路自信：中国为什么能》这本书。这本书是 2011 年 11 月出版的，出版后不久就引起了官方的注意。2014 年春天，中宣部要求出版这本书的精编本，作为党员干部的阅读书籍。这个精编本在 2015 年 4 月当选"2014 中国好书"，8 月又当选为优秀通俗理论读物。目前这本书的英文版已经由外文出版社出版，繁体字版也由香港三联书店出版了。

这本书是怎么来的？里面说了些什么？有读者陆续问了我一些问题。今天我就顺着读者提问的思路和大家聊聊这本书。

理直气壮地唱响中国

这本书的序言题为《我们为什么唱响中国》。有读者问我，为什么选择了"唱响中国"这个主题？在选择采访对象时有哪些考虑？

我写这本书的目的很明确，就是要唱响中国，表达中国立场。就像我在序言中所说：我们之所以要唱响中国，是为了以事实和分析告诉自己的人民，60 多年来中国经历了什么、创造了什么、收获了什么，从而坚定我们的道路自信、理论自信和制度自信，激发和增强追求"中国梦"的正能量。我们之所以要唱响中国，也是向世界表明，中国人通过自己的努力，以自己的方式，从另外的起点和路径，同样走近了世界文明的制高点。

这本书汇集了 15 位当代中国最具影响力的战略思想家以及相关领域专家对中国道路的思想观点。选择与这些专家学者对话，是因为他们是以"中国立场"在思考、在探究、在求真。他们的思想具有国家战略意义和政策参考价值，也有助于启迪心智，培养家国情怀。出版这本访谈录，就是要为这样的中国思想的表达、积累和传播做一件有益之事。这也是我作为一个新闻人应尽的本分。我对自己的定位是，一个"中国思想"的记录者和传播者。

有读者问，怎么想到作这样一本书？为什么用了《中国为什么能》这个书名？

2008 年 12 月，我的第一本访谈录《战略高度——中国思想界访谈录》由三联书店出版。随后，香港三联于 2009 年 9 月推出繁体字版《当代中国思想界国是访谈录》，

在海外发行。海内外相继出版这本书，对我是个鼓舞。我感到，以访谈录的形式记录和传播优秀的中国思想是个好方法，应该继续做下去。

为什么选择“唱响中国”这样一个主题？是发自内心，也是应运而生。2008 年对于中国人来说是记忆深刻的一年，我们经历了汶川大地震的大悲和北京奥运会的大喜。2008 年对于世界来说也是非同寻常的一年，始于美国的金融海啸席卷全球，裹挟着世界经济大退潮。令人欣慰的是，2008 年，中国在遭遇“5·12”大地震后，全国人民万众一心抗震救灾，很快走出了灾难的阴影，于 8 月成功举办了史上最精彩的奥运会。2009 年，中国率先于世界各国走出了金融危机，实现复苏，GDP 增长 9.2%，成为世界经济的火车头。

然而，令人不解的是，伴随中国骄人的成绩，国内外却不断传来刺耳的噪声。大地震发生时，国内有人抛出“天谴论”；奥运火炬传递中，在西方“文明”国家遭遇阻挠；金融海啸之下，有西方学者预言，中国将是最后走出经济危机的主要国家之一，而美国是第一个。

为什么中国交出了令人满意的成绩单，却被国内外很多人恶言相向？为什么美国城门失火殃及池鱼，被唱衰的却是中国？这个世界还有没有是非标准，还有没有公理？！然而，面对这样的黑白颠倒，如果中国人自己不站出来说话，又有谁会为我们发声？更何况，那些唯恐中国不乱的人还在叫嚣“中国崩溃”。所以，2009 年初在计划第二本访谈录时，我就确定了一个主题——中国立场，就是要理直气壮地唱响中国。

时机也巧，2009 年是建国 60 年大庆，2011 年是中国共产党 90 诞辰。官方和民间都在纪念这两个重要的日子，学界相关的研究也比较多。在这种情况下，我在 2009 年采访潘维教授作《共和国一甲子探讨中国模式》、2011 年采访章百家教授作《六十年中国外交的目标与选择》、采访乔良将军作《中国的崛起需要战略智慧和战略耐心》时，思路是非常清晰的，就是突出一个关键词：中国。这个重点，读者从这几篇文章的标题就能看出来。

有了这个计划后，我没有一气呵成做完，因为还有其他写作计划。2009—2011 年这三年，我先后出版了《人民共和国六十年与中国模式》《亲历美利坚——家庭写真、社会绘本、政治影像》《美国的逻辑——意识形态与内政外交》《美国的逻辑，中国可否复制？》（海外版）等。在此期间，我也有针对性地做了一些采访，为这本书的完成积累文章。2012 年 7 月，出版方策划了一个选题——“中国为什么能”，并希望由我来作这本书。这个选题与我想要表达的“中国立场”很接近，我就接受了他们的建议。

那么究竟“中国为什么能”？或者说要表达什么样的中国立场？在我看来，就是要说清一个事实：新中国 60 多年来的道路是成功的，这个成功是在共产党的领导下取得的；而这也恰恰证明了我们的制度优势。这个立意与“十八大”提出的“三个自信”相吻合，所以在最后确定书名时，就用了《道路自信：中国为什么能》。

有人说，这个书名很“潮”，很有点儿畅销书的味道。也有人说，这本书正当其时，准确把握了时代的脉搏。其实，我既不是一个“潮人”，也不是一个“超人”，我只是恪尽一个中国新闻人的本分，说自己应该说的话，做自己应该做的事。

我留学回国 13 年了，13 年来我一直在做两件事：一件是向中国读者讲述美国，《亲历美利坚》《美国的逻辑》都是这样的书；一件是在向中国人“讲述”中国的同时，向国外讲述中国。为什么把《战略高度》和《美国的逻辑》推向海外？为什么写《中国为什么能》，并把它推向海外？就是要向世界表达和传递中国思想。用习近平总书记的话来说，就是“讲好中国故事，传播好中国声音”。

我知道，虽然追求“战略高度”和“道路自信”始终是我的目标，但是以我个人的能力，是不可能实现的。我衷心感谢与我共同努力的每一位专家学者，没有他们的思想成果，没有他们与我分享这些思想成果，就没有这本访谈录的产生。这是一个真正的集体智慧的结晶，归功于它的每一位创作者。

同时，我衷心感谢凤凰卫视董事局主席、行政总裁刘长乐先生。感谢他一直以来的理解和支持，以及他积极、善意、建设性新闻理念的启发，使我得以在一个浮躁喧嚣、充满诱惑的社会里，不趋炎附势，不随波逐流，坚持做一个有自觉、有理想、有担当的新闻人。

中国学派：高举坚持中国道路的思想大旗

从 2012 年 8 月开始采访到 2013 年 7 月书稿杀青，整整一年时间。此前完成的几篇文章，我都进行了修订更新。全书 15 篇文章中只有史天健教授那篇保持了 2009 年的版本。史天健老师是我十分尊敬的一位学者和兄长，他于 2010 年病故，我收入这篇文章纪念他。同时，就像我在导语中说的：“文中蕴含的思想价值和学术精神今天依然弥足珍贵。对于我们，史天健先生留下的，绝不只有回忆。”

在采访写书过程中，我收获了很多出色的思想，受益良多。我深深感到，在经历了 60 多年的努力奋斗之后，中国共产党带领中国人民走出了一条成功而独特的社会主

义现代化道路。这样的成功和独特告诉我们，中国是世界上最没有理由被唱衰的国家，中国人是世界上最没有理由对自己国家的未来感到悲观的。如果说，完成这本书对我最大的启发是什么，那就是，中国需要自信，需要与我们的硬实力相匹配的话语自信，需要建立中国人自己的话语体系。

张维为教授说，中国崛起远远超出了西方政治话语的诠释能力。中国知识界不能再唯西方话语马首是瞻，而应该探索和构建“后西方话语时代”的中国话语体系，为世界新秩序的形成作出自己应有的贡献。

潘维教授说，中国道路非常成功，显然也非常独特。因此，是时候总结中国模式了。中国模式挑战西方意识形态和话语体系，这一理论模式的建立，大可称为“中国学派”。

曹锦清教授说，有一部分人要为这一天的到来做好精神准备。这是赌国运、赌民族的命运。如果到了这一天，要重新审视二三百年的人类现代化过程，整个知识结构会不会因中国崛起而变动？是完全可能的。

他们这些话显示了中国人的自信，有振奋精神、激励人心的力量。由此我感到，《中国为什么能》的出版十分有意义。就像书的封底所言：“世界需要中国的声音，中国需要积极的能量。”所以，我很高兴这本书被翻译成英文出版，让世界听到“中国学派”的声音。

如何定义“中国学派”？中国今天的主要思想派别有自由主义、民族主义、新“左派”，看过我书的人，一般认为我是新“左派”。我有“左翼”情怀，注重平等，主张共同富裕。另外，我的全部民主政治理论都是在美国接受的，对“民主政治 + 自由市场”的美国模式的优长之处，我有深入了解，我也认同自由主义理念。在这个意义上，你可以说我是自由主义“左派”——尊重民主但不迷信民主；尊重市场但不迷信市场；尊重科学但不迷信科学。

其实我觉得，本土派、民族主义、新“左派”或自由主义“左派”，都不足以概括我的思想立场，我更愿意定义自己为“中国派”。有位很有名气的网络写手在对我《亲历美利坚》一书的书评中写道，“千秋不改，家国情怀”。就家国情怀而言，就从中国立场出发思考问题、发表意见而言，我认为，和我志同道合的思想界、舆论界的朋友们，都是“中国派”。我非常认同潘维老师提出的“中国学派”主张。我认为，“中国学派”的使命，就是高高举起坚定不移走中国特色社会主义道路的思想大旗。

有人说我：玛雅看着也像个纽约客，竟长了一个“西柏坡的脑袋”。说实话，我喜欢这个评价。我希望中国强大，很多我的同时代人都和我想法一样。就像曹锦清老师说的：“中华民族伟大复兴的中国梦，我们这些有着近代记忆、有家国情怀的人是认同的。

只要对近代有点感觉，对追赶有点热情，对这个梦的成功实现是寄予深切希望的。”包括今天的“80 后”“90 后”也都有中国强大的梦想，要这么说，长“西柏坡脑袋”的人多着呢。

我猜说这话的人可能是不理解，我在美国被“洗脑”多年居然还这么爱国，这么正统。这和我的成长环境、从小受的教育有关。我出生在军人家庭，自己也在部队入党，这决定了我对中国传统和中国革命理想有所继承，我不是数典忘祖的人。所以我写《中国为什么能》这本书没有悬念，对我来说，共产党不能变质，红色江山不能变色，这个信念与生俱来，是流淌在血液中的。就像中国社科院研究员黄平所说：“只要长江、长城还在，黄河、黄山还在，中国就在，我们的希望就在，就不会失去底气和信心。”

再说出国学习也不是为了西化，而是为了提高和强健自己，回来报效祖国。尤其我在美国生活多年，经过不断比较，知道西方文化中要学什么，对自己的文化要珍惜什么。我的这种认识也许从一个侧面解释了，为什么很多从美国学成归来、深知“市场 + 民主”美国模式的人，包括我采访的多位学者，并不是美国的追捧者，不是所谓的“普世派”，而是坚定不移的“中国派”。

坚持社会主义道路是中国唯一正确的选择

序言中说，这本书的内容具有“国家战略意义和政策参考价值”。为什么这么说呢？因为它是一本“国是”访谈录，讨论的是国家大事。我们知道，“战略”一词在今天已经超出了军事范畴，涉及政治和经济领域，其含义是指决定全局、左右胜败的策略。《中国为什么能》总结共和国 60 多年的发展道路和发展经验，分析中国在今天世界政治经济中的地位以及面对的机遇和挑战，展望人类未来的发展方向和中国将为世界所作的贡献。全书分为发展篇、战略篇、制度篇、思想篇四个部分，涉及中国特色社会主义、中国道路与中国模式、改革与发展方向、国家产业战略、医疗改革、地缘环境与外交战略、中美关系、中共执政地位、民主政治建设、反腐、爱国主义、中国梦等话题。这些都是关涉方向道路和国家前途命运，关涉国计民生和内政外交的大问题，是回答中国从哪里来、向何处去的问题。

党的十八届三中全会有几个关键词：改革、发展、市场、社会主义、人民、文化、民主、公平，等等。这些关键词在《中国为什么能》中都频繁出现。总之，这本书是

从战略高度分析和论证中国道路与中国的未来发展，从事实和理论层面阐述道路自信、理论自信、制度自信的依据所在。

政策方面，学者们针对一些具体问题进行分析，发表意见。比如，中国 2013 年 11 月宣布划设东海防空识别区，这个问题，罗援将军在访谈中就具体谈到。他提出，要在海上、空中设置三个海域、三个空域。三个空域就包括空中识别区、空中警告区和空中防卫区。李玲教授那篇，有一节是“医疗卫生行政管理体制改革的切入点”。她在分析问题的基础上，提出了两点具体的政策建议。还有高粱研究员关于产业升级和自主创新的看法，还有林毅夫教授关于投资拉动增长、资本项目开放的看法，等等，都是热点问题，他们的观点都具有政策参考价值。

习近平总书记指出，全面深化改革的总目标，就是完善和发展中国特色社会主义制度、推进国家治理体系和治理能力现代化。有读者问我如何理解？我觉得，习总书记的讲话澄清了一个问题，就是“为何要坚持走中国特色社会主义道路”。党的十八届三中全会《关于全面深化改革若干重大问题的决定》在全社会引起了热烈反响，也引发各方的不同解读。很多人认为，全面深化改革就是西方化、资本主义化，就是在经济上完全市场化、私有化，在政治上实行西式民主化。我觉得，他们低估了新一代共产党领导人在政治上、思想上和道路选择上的坚定性和成熟性，错误地理解了全面深化改革的总目标。

党的“十八大”为我们指明了方向，要坚定不移高举中国特色社会主义伟大旗帜，既不走封闭僵化的老路，也不走改旗易帜的邪路。中国特色社会主义道路、中国特色社会主义理论体系、中国特色社会主义制度，是党和人民 90 多年奋斗、创造、积累的根本成就，必须倍加珍惜、始终坚持、不断发展。所以，推进国家治理体系现代化，绝不是要西方化、资本主义化。推进国家治理体系和治理能力现代化，必须坚持马克思主义政治立场，坚持改革正确政治方向，始终坚定“三个自信”不动摇，咬定青山不放松，任尔东西南北风。

“中国必须坚持社会主义道路”，这个立场在全书中是贯穿始终的。《道路自信：中国为什么能》——道路自信，就是坚信社会主义道路是中国唯一正确的选择；中国为什么能？就是在共产党的领导下，追求实现社会主义现代化，才取得了成功，走上伟大的民族复兴之路。正如胡鞍钢教授所言，中国社会发展的逻辑一定是，现代化因素越强，社会主义因素就需要越强；中国越是现代化，越是需要社会主义的现代化，两者缺一不可。中国的现代化道路不仅使一部分人、一部分地区先富起来，更要使全体人民、全部地区共同富裕起来。共同富裕是十几亿中国人的民心所向，也是中国共产党的执

政目标、执政纲领和政策的基点。这是中国真正的主流。所谓“共同富裕是亡国之道”的说法从来都不是主流，也上不了台面，而将在中国社会主义现代化的历史潮流中被唾弃，被淹没。

针对国有企业私有化的主张，高梁研究员强调指出，自 1982 年中共“十二大”以来，关于基本经济制度说的都是一件事，必须发展壮大国有经济，国有经济控制国民经济命脉，对于发挥社会主义制度的优越性，增强中国的经济实力、国防实力和民族凝聚力，具有关键作用。要坚持两个毫不动摇——毫不动摇地巩固和发展公有制经济；毫不动摇地鼓励、支持和引导非公有制经济发展。坚持公有制为主体，促进非公有制经济发展，统一于社会主义现代化建设的进程中，不能把这两者对立起来。有些人针对国有企业改革提出的所谓“改革攻坚战”，就是要分拆垄断型国有企业，先股份化再私有化，把国家的命脉交给私人和外资，使中国经济彻底殖民地化和资本主义化。这是生死存亡的问题，是两条道路、两个方向、两种前途的大是大非问题。如果这样的“权威”意见被采纳，意味着党的基本纲领和经济发展的路线方针将彻底改变。

王绍光教授谈道，很多人主张中国实行北欧式的社会民主主义，或者所谓的“民主社会主义”；有些人甚至说，把所有的国有成分都去掉以后，只要政府还为老百姓谋福利，就是社会主义。这种说法是诡辩。在这个问题上，民主要谈，更重要的是谈社会主义。民主社会主义很重要的一条是，先从基层开始，与你日常生活、工作相关的事务，你都有民主参与的权利，就是所谓的经济民主。这是民主社会主义最重要的成分，如果没有社会主义，根本不可能存在民主社会主义。

共同富裕是邓小平同志所讲的社会主义最重要因素中的一个。他在 1990 年说：“共同致富，我们从改革一开始就讲，将来总有一天要成为中心课题。社会主义不是少数人富起来、大多数人穷，不是那个样子。”他在 1992 年南方谈话中又说：“走社会主义道路，就是要逐步实现共同富裕。”“如果富的愈来愈富，穷的愈来愈穷，两极分化就会产生，而社会主义制度就应该而且能够避免两极分化。”2012 年“十八大”召开前，党内理论界有些人想丢掉共同富裕目标，大步迈向资本主义道路，这是一个危险的信号。但是他们失望了，他们错把自己的愿望当成了中国未来的走向。中国不可能全面走向资本主义，大多数人不会接受这种选择；从底层到党内，再到党的最高层，都不会接受。“十八大”明确提出：“坚持社会主义道路，坚持共同富裕”，为全党和全国人民指明了中国发展的方向和目标。

中国成功的秘诀就在于走出了一条自己的路

书中有一篇对经济学家林毅夫的采访。有读者说，此前林毅夫的思想并没有这么鲜明的“唱响”基调。林毅夫自己也坦陈,求学时代根本没有料及后来的巨大思想变化。我们该如何解读他的这种思想转变?

林毅夫教授的观点能这么好地契合这本书的主题，我一开始也没想到。之前我对林老师的理论思想并没有深入了解，选择采访他是因为他是著名的经济学家，而且是经济学界对未来时期中国的发展最乐观的一位学者——我不可能采访一个不看好中国发展前景的学者，还指望能作出一篇唱响中国的文章。但是通过对林老师的访谈，又读了他送给我的几本书，我惊喜地发现，我不但采访到了一位重量级的经济学家，而且他的观点正是我想要表达的中国立场。

如何解读他的转变?其实跟踪林老师的思想演进，他这些观点由来已久，在 1980 年代后期就开始形成，并且系统地发表于 1994 年出版的《中国的奇迹》一书。后来的许多著作，都是在这本书上基础的深化和延伸。林老师认为，中国的改革是“摸着石头过河”的渐进式改革。之所以能取得成功，是因为既大胆解放思想，走改革开放、发展市场经济的道路，又不盲目追随西方发展理论和模式，而是实事求是地针对问题、解决问题，在创造出一个经济奇迹的同时，形成了自己的发展模式。他的观点概括成一句话就是:坚持实事求是、解放思想，走符合中国实际的发展道路。

实际上，从林老师的观点中不难发现，他本人的思想演进也是实事求是、解放思想的结果。1987 年他从美国留学回国后，参与了许多改革政策的讨论。他发现，中国的许多政策从主流理论来看是不完善的，甚至是错误的，但却是有效的。相反，苏联、东欧以及很多发展中国家推行理论上正确的政策，结果却以失败而告终。这些事实促使他放弃了那些看似完美的主流理论，自己去重新认识经济发展和转型的本质，思考在当时条件下什么样的政策能够帮助中国抓住机遇、克服困难，推动市场化改革一步一步向前进。同时，他反思发展经济学和华盛顿共识，提出了新结构经济学，主张在以市场经济为基础制度的同时，政府在产业升级和技术创新中发挥积极作用。这样的见解，比国内一些学者书生气十足、整天抱着经济学教科书，谈论实现书中那种没有政府干预的完全竞争的市场经济要高明得多。

林老师说，他是一个“客观主义者”。他认为，任何经济改革都是为了提高效率和增长的质量，而不是为了某种意识形态共识，也不能根据某种教条。中国的知识分子

必须摆脱一味去“西天取经”的思维定式，创造性地构建出一套能够揭示中国现代化问题本质的新的理论观点、思想体系。我觉得，一个严肃的经济学者只要坚持实事求是，就会得出他这样的结论，成为一个“客观主义者”。

有读者问我，很多人认为，现代民主政治制度是经济可持续增长的一个必不可少的基础性制度条件。你认为，中国在深化改革、日益民主自由的同时，该如何清晰化我们的底线和利益边界？

我认为，发展民主，要考虑中国的国情和发展阶段，不能为了民主而民主，更不能为了实现少数精英的所谓“普世价值”，不顾国家和人民的利益。我们应该尊重民主，但不能迷信民主，更不是把西方的大选照搬过来就民主了。选举民主在发展中国家几乎无一例外地失败了，至少是不成功的。很多人拿印度说事儿，这是肤浅的，只看到表面，没看到实质。在民主政治理论中，印度民主被称为“权贵主导的民主”（elite-dominated democracy）。这种所谓的民主品质非常低劣，而这正是印度民主搞了 60 多年，老百姓今天仍然如此贫困的原因所在。根据国际粮食政策研究所《2012 全球饥饿指数报告》，印度的饥饿问题比朝鲜还严重。像这种劣质民主及其后果，中国宁可不要！

潘维老师说过一句挺形象也切中要害的话：世界上只有一个白宫，中国要是照样建的话，那一定是假的。假白宫就不是自由的标志了，只能是被真白宫奴役的标志。事实上，苏联的悲剧就在于，其政治精英和知识精英们不明白，他们的国家不可能变成美国。拆克里姆林宫是一回事，建白宫是另一回事，克里姆林宫与白宫的基础不一样；斯拉夫人的活法与美国人的活法不可能一样，因为“民族基因”不一样。

而中国的成功就在于，走出了一条自己的路。从 1949 年到今天，“一甲子”时光，中国在共产党的领导下，从积贫积弱的穷国发展成为具有世界影响力的强国。新中国成立头 30 年，中国人民经过艰苦卓绝的努力，建立了独立自主的工业体系，为后来的经济腾飞打下了坚实基础。改革开放后，中国不仅创造了持续 30 多年接近两位数高速增长的奇迹，成为世界第二大经济体，而且没有发生战争，没有对外扩张掠夺，内部保持了稳定。这在人类现代发展史上是前所未有的精彩一幕。这些说明，中国毫无疑问是有自己独特性的。所以，应该研究我们的成功所在，同时要发现问题所在。我们发展民主的底线和边界，应该是保障人民群众的根本利益，不能以牺牲国家安定和人民福祉为代价。

20 世纪 80 年代中国刚开放国门时，美国舆论曾经预言，我们会渐渐变成它们。但是美国人失望了，我们没有变成它们，却在自己的道路上越走越强劲。中华民族的实用理性决定了，我们不会在一个偏的方向上走得太远，在转型过程中，会在不断试错

中校正偏差，掌握进度，走向成功。中华文明是取经文明，我们要学习别人的长处，有海纳百川的气概。但是中国有自己的特色，也应该走自己的路，那就是，坚持中国本位，探索中国模式，以中国最广大人民的利益为出发点。

中国需要政治的、经济的、军事的、文化的大战略

有读者说，《21 世纪中国战略大视野》一文全面展示了乔良将军对中、美战略和经济博弈的观点。大家也知道，乔良近年有一些观点被热议、激辩，问我对这些争论怎么看？

乔良将军这篇访谈的确非常出彩，有见地，又有气魄。其中有些段落，我现在读起来都津津有味。比如他说："总有一天，中、美之间会出现直接的货币竞争，会出现一种文明与另一种文明的竞争，会出现一种政治体制与另一种政治体制的竞争。这才是中国未来的希望，也是人类未来的希望。所以，我们应该看得更远一些，不要被眼前这种形势遮蔽了大的目标，所谓莫为浮云遮望眼。要是眼前出什么事我们就关注什么事，出'黄岩岛事件'就关注黄岩岛，出'钓鱼岛事件'就关注钓鱼岛，那我们就永远不是一个能够高瞻远瞩的民族，一辈子就只能是走到哪算哪，永远不可能有希望。"

这话说得非常精彩。这就是战略眼光、战略思维，这样的眼光和思维正是中国今天所需要的。中国正在快速崛起。因为中国的崛起，因为这种崛起必将挑战和改变当今世界格局，对于中国来说，今天是一个大时代；对于世界来说，今天也是一个大时代。《诗经》曰："周虽旧邦，其命维新。"以中国的文明规模、历史规模和人口规模，只要自立于世界民族之林，对现有世界体系的挑战和改造就不可避免。这就需要大的国家发展战略——政治的、经济的、军事的、文化的，需要大的文明发展蓝图。这就需要大的战略思想家，需要来自官方和民间各界的出色战略思想。

至于网上对乔将军观点的争论，我没太关注过。我看过他博客上和陈志武教授辩论金融与国家安全那篇文章，他的发言逻辑缜密、有理有据，非常有说服力。我认同他的观点，希望这样的思想成为中国的主流，也希望《中国为什么能》所表达的思想成为中国的主流。

有读者说，在你书中金一南将军谈到，要把我们的事业传承下去，实现多少代人百年来的愿望：中华民族伟大复兴的中国梦。整部书也充满了这样一种历史感和使命感，以及对未来光辉愿景的期冀。那么，假如面对这样的批评——"情感有余，理性

分析不足”，你会如何回应？

我觉得，如果被批评“情感有余，理性分析不足”，这其实从一个侧面说明，这本书的定位是合适的。这是一本访谈录，是一个新闻人与专家学者的对话，不是一部学术著作。如果想要更深入的理论分析，可以直接去看这些学者的书。这本书更多注重可读性和传播性，兼有理性和感性，雅俗共赏、通俗易懂。如果一本访谈录太过学术，学界以外的人有几个会去看呢？

但是，就像我前面说的，这是一本“国是”访谈录，是高端访谈，既有国家战略意义和政策参考价值，也有启迪心智、培养家国情怀的作用。也就是说，既要讲“不走封闭僵化的老路，也不走改旗易帜的邪路”的大道理，又要有“祖国终将记住那些奉献于祖国的人，祖国终将选择那些忠诚于祖国的人”的肺腑之言。金一南将军这篇访谈，我追求的是一种精神——是他写《苦难辉煌》所要找寻的这个党、这个军队的力量，可以说是灯塔效应。前面的好几篇文章——胡鞍钢、林毅夫、高梁、史天健等，有数据、有图表、有事实分析、有理论阐释，理性多于感性。金将军这篇，我突出的是爱国魂，是中国梦，那它当然是一篇充满激情、激荡人心的文字。其实，萝卜白菜各有所爱，不同的读者喜欢不同的风格。有读者告诉我，在电视和网络视频上多次看过金将军的演讲，已经烂熟于心，但是拿到这本书还是爱看他这篇，百看不厌。

这本书中唯一一位女学者是北京大学的李玲教授，她是研究医疗改革问题的。有读者问我对她的观点持何种态度？我非常认同李玲教授的观点，可以说我和她“心有灵犀”。比如我问她，和资本主义国家相比，社会主义医疗保障体系有什么优势？她很惊讶，同时也很高兴，这正是她想要表达的立场。她说：“从来没有人问过我这个问题，因为现在讲‘普世价值’，不提社会主义了。这么说吧，社会主义医疗保障体系远远好于资本主义，资本主义国家现在做得比较好的都是学的社会主义。但是我们很多人，包括很多领导干部，都对这个毫无概念。在他们脑子里，凡是社会主义的都是不好的，资本主义的都是好的。事实上，整个社会福利体系是社会主义国家建立的。”

刚才谈到兼有理性和感性的问题，李玲老师这篇很能体现这一点。她的表述很性情，语言生动活泼。比如我问她：“三年基层医改是一次给执政党加分的实践？”她说：“加太多分了。某种程度上，这三年医改巩固了党在基层的执政基础。政府不是万能的，但民生领域是政府应尽的责任……而我们很多人的理念是，社会领域还是要分，卖医院、卖学校，分到每个人的责任。这个理念一定要改变，医改能不能成功，很大程度上在于理念的共识。政府到底应该干什么？以什么样的路径和方式来实现给老百姓提供民生保障？怎么能把社会主义国家的优势充分发挥出来？而不是把我们的优势丢掉，去

学别人的劣势。奥巴马为什么没这么干？他干不了。他要是有我们这么一批公立医院在手上，睡觉都会笑醒了。我们有公立医院，却要卖掉，这是本末倒置。所有民生领域的建设和创新都是社会主义国家的最大优势，你把优势丢掉，你的执政基础在哪呢？”

谈到政策建议时，她又展现出一个严肃学者理性的一面。她的表述非常专业，我写稿时得打起十二分的精神来搞准每一个字，不要把她的意思弄错了。李玲老师这篇访谈，读者反映很好，她不愧是卫生经济学领域的专家，是当今中国女性学者中的佼佼者。

另外在我书中唯一一位企业家是“三一重工”的总裁向文波。有读者问我选择采访向文波先生是出于什么考虑。我当时有这么几个考虑：首先，“三一重工”是全球混凝土机械第一品牌，作为这本书里唯一一个企业，“三一”的分量足够重。三一创建于1994年，一个中国的民营企业，20年的时间发展成为世界之最，赢得国内、国际广泛赞誉，这是非常了不起的成就。为什么没有选择一家国企？高粱研究员是研究国有资产的，他那篇谈国企发展比较多。这篇选择一家民企，可以让读者更多地了解中国的民营企业和民营企业家。

其次，从中国出发进军世界，三一人对国内外市场的风起云涌、对中国民族工业发展的一路风尘，有着真实的切身体会，也有着深远的战略思考。向文波作为一名优秀的企业家，对国家安全和产业安全有非常强的意识，不仅在经济上，而且在政治上。他的思想很深刻，而且能知行合一，不愧是中国民营企业家中的翘楚。

再次，三一人有为中国贡献一个民族品牌的境界和为中国打造一个世界级企业的气概。最重要的是，他们心想事成，真正做到了。向文波说：“我们希望将自己的命运和前途与祖国联系在一起。三一这么多年来踏踏实实做实业，都是缘于对这个国家的爱。我们不是美国人，也不是日本人，我们是中国人，我们希望中国强大。”这话朴实无华，却能触及人心，它让人真切感受到，什么叫作家国情怀。

中国经济强大了，优秀的企业很多。我前段时间看了中央电视台拍摄的纪录片《大国重器》，觉得中国人真的很棒。中国装备制造业的发展、中国企业的成长令人振奋和自豪。将来有机会，我希望能采访更多优秀的中国企业家。

迈向新的 30 年

有读者说，你书中的受访者大都是目前学界的风云人物，他们许多情感、观点也

趋同，倾向性比较一致，对中国未来发展前景都显得乐观自信，可以想见，会遇到某些批评甚至抵触。问我如何看待这种批评和抵触。

我觉得，批评和抵触很正常，是意料之中的事，国内外唱衰中国的大有人在。比如章家敦那样的人，唯恐中国不崩溃，喊了多少年了。我在美国读书的时候他就在喊，现在还在喊。这种人已经失去理性，连为了证明“普世价值”都谈不上了。他们是为了证明“中国崩溃论”，所以见不得中国好；中国好了，“中国崩溃论”就成了胡说八道。其实那就是胡说八道。国内很多人也一样，一旦祭旗，就没了退路，不惜让中国崩溃，也要证明他们心目中的“普世价值”是历史的终点。

当然也有善意的批评。这些批评者忧国忧民，也希望中国好，只是他们看问题的一面比较多，对国家的现状和未来比较悲观。我非常理解他们，中国今天的问题确实不少，而且有些积重难返。我的书是 2013 年出版的，这两年问题更多了。就像我在序言中说的：“我们国内的问题很多，困难重重，诸如思想上对道路、制度和方向认识不一致，经济上进入了结构调整的困难阶段，社会建设也遇到大的阻碍，尤其是，腐败正严重侵蚀着执政党的肌体，破坏党和人民群众的血肉联系；国际上需要我们与其他国家相互适应，寻求建立新型国家关系，推进国际关系民主化，创造有利于和平发展的外部环境。”

所以，我们唱响中国，但并不回避问题。这本书的主调是乐观向上的，同时也不乏忧患意识。比如腐败问题，在张维为、潘维、曹锦清、金一南的几篇文章中都谈到，不断指出问题的严重性和危害性。曹锦清老师有一段话非常精彩。他说：“反腐绝不是一句空话。不论什么人，不论他职务多高，只要触犯了党纪国法，都要受到严厉惩处。因为这个天下不是你的，你是代天下守天下。天命赋予你了，你不能只为自己，你要守护这个民族。”

有读者说，我提问题很尖锐，有挑战性。其实我不是挑战，我只是把问题抛给学者，让他们给我一个有说服力的回答。如果不能说服我，又怎么能说服读者？

需要提出的是，中国今天最大的问题是什么？是我们自己对中国道路的认识问题。很多人，包括很多党政官员，对我们国家的道路和制度没信心，从骨子里认同西方的所谓“普世价值”。对改革的方向也有争议，很多唱衰者其实就是“改革者”们自己。习近平总书记反复强调，要把从严治党落到实处。说真的，如果那种思想得不到遏制，中国有可能倒在复兴的门槛上，成为永远的悲剧。

从这个意义上说，中国今天并不容乐观。就像潘维教授指出的，自 20 世纪 80 年代以来，新蒙昧主义流行于世界，也在我国流行。照流行的说法，从秦始皇到今天，

中国2000多年都实行专制；近60年的制度则是"集权主义专制"，即最恶劣的一种专制。这种分类法掩盖了一个事实：西方模式的基础是侵略性的军事和政治、经济机器，是通过武力向全球殖民建国，实行种族压迫，直至发动两次世界大战。这些基础，中国不曾拥有，将来也不会拥有，也不应该拥有。令人匪夷所思的是，中国学界和政界居然有很多人把这种民主与专制"两分法"奉为圭臬。中华体制缺少"合法性"的说法就是这样变成了中国的主流话语,让"根本改革政体"成了解决一切问题的灵丹妙药。

忘记历史意味着轻薄，篡改历史意味着背叛。中国的复兴在于闯出了一条独特的发展道路。几代英雄满怀理想，前仆后继，浴血奋战才完成的中国革命不能否定。如果我们东施效颦，忘记了西方道路成功的基础和高昂"成本"，我们的国家就会走上不归路，就会死无葬身之地。

所以，我们唱响中国，不是因为中国不存在问题甚至危机，也不只是回击国内外的唱衰者，最主要是为了坚定走中国道路的信念，防止东施效颦，走上失败之路。就像潘维老师说的，中华民族走到了一个新30年的十字路口，未来向何处去？是保持伟大复兴的强劲势头，实现"两个100年"的崇高愿景，还是改旗易帜，从此走向衰败，走向被奴役之路？"正题"与"反题"的争论方兴未艾,"合题"应该在中国模式之中。未来30年，只要我们有坚定的信念和决心，中国就能打赢经济仗，打赢制度仗，打赢信念仗，打赢虚拟世界的传播仗。到那时，中国人将会对自己国家不同于西方的道路和制度深怀自信，中国模式也将被世界所尊重。

中国模式为世界提供了一个新的选择

如何看待中国面临的问题和困难？如何回应那些唱衰中国的人？我和年轻朋友交谈经常用一个比喻：一棵大树，如果你盯着一片片树叶看，上面尽是虫眼；但是从远处看整个大树，它挺拔茁壮地站在那里，枝繁叶茂、郁郁葱葱。中国今天就是一棵大树，有虫眼，但是郁郁葱葱。你再看世界这片树林，放眼望去，有哪一棵树比中国长得好？离近了看，哪棵树的叶子上没虫眼？美国没有虫眼吗？欧洲没有吗？日本、印度、俄罗斯……哪棵树没虫眼？哪棵比中国长得茂盛？西方为什么诟病我们，日本、印度等国为什么跟我们叫板，为什么中国的和平崛起被视为中国威胁，不就是因为木秀于林吗？

所以，尽管看到中国面临的问题和困难，我仍然充满信心。就像张维为教授说的，

首先充分肯定我们的成绩，再来自信地解决我们的问题。中国所有的问题都说得清，中国所有的问题都有解。中国模式还可以继续改进和完善，未来它会越来越好。

至于那些唱衰中国的人，我觉得，他们很多人言必称希腊，却不明白一个道理。民主政治理论有一条：一个政权的存亡，并不仅仅在于这个政权本身，还在于有没有其他的政治力量能够取代它。如果没有其他的政治力量可以给民众提供另外一个选择，那么这个政权即使有问题，也不会轻易倒台。中国今天很多人说共产党不行，执政没有合法性，腐败严重。但是有谁能说出，如果共产党不行，又有谁能行？普世派、宪政派有人在做“总统梦”，然而，中国老百姓多年以来对国家发展高达 70% ~ 80% 的满意度，是他们做梦可以逆转的吗？更何况，有苏联的前车之鉴，共产党的领导人深知居安思危的重要，否则为什么“以刮骨疗毒、壮士断腕的勇气”大力反腐，加强党风廉政建设？

网上广泛传播风险投资家和政治学者李世默 2013 年 6 月在 TED 环球大会上的演讲。李世默先生给了那些质疑中共执政合法性的人一个响亮的回答：“中共不经选举执政，其合法性从何而来？我的回答是：舍我其谁的执政能力。中国的一党制具有与时俱进的能力、选贤任能的体制、深植于民心的政权合法性，这些是确保其成功的核心要素。”

“另有选择”的道理也可以解释，为什么西方那么害怕中国模式，百般诟病中国的政治体制。就像史天健教授说的，政治最怕的就是有 alternative（不同的选择）。只要存在一个可能替代现行制度的选择，人民就会想，是不是换一个制度对我们更好？苏联解体后，西方一片欢呼：end of history（历史的终结），没有其他选择了，就西方民主这一条路。可是后来发现，中国没有实行西方民主，不但经济起来了，而且比很多在第三波民主化浪潮中转型的国家，发展得又快又好，成了一个实实在在的另外的模式。2008 年以来，当西方国家的决策者们在持续至今的金融危机和经济衰退中陷入忧虑和无奈，中国的中央领导集体所表现出的领导力、决策力和执行力，令他们不得不望洋兴叹。中国模式的存在与成功，对西方整个意识形态的基础构成一个巨大的挑战，意味着向全世界昭告，除了西方市场民主模式外，还有一个其他的可能选择。

反观西方，就像张维为老师说的，希腊是西方民主的发源地，现在破产了；英国是现代议会民主的发源地，也陷入严重的财政危机，公共债务占 GDP 的 90%；美国是在全球推销西方民主最起劲的“典范”，结果却成了全球金融危机的发源地。如果没有美元国际储备货币地位，美国实际上也破产了。把美国国债平摊一下，每个美国人平均借贷 5 万多美元，这还不算私人债务。所以张老师说，在西方制度明显走下坡路的时候，谁要说服我，总得拿出个像样的例子来，证明这个制度在非西方国家做得确实比中国好。

只要实事求是看问题，就能得出张老师的结论：中国走到今天，已经下了世界上最精彩的一盘棋。而且中国现在一手好牌，未来是值得我们乐观期待的。“那些叽叽喳喳的负面声音，是一个民族成长当中的正常现象。就是一点小杂音，不足为虑”（曹锦清老师语）。所以我认为，中国是世界上最没有理由被唱衰的国家，反而是最应该被唱响的。我出这本书，就是要表达这个立场。这也是为什么今天我给大家讲的题目是“我们为什么唱响中国”。

录音整理：王馨逸、田扶摇、吴艳梅、唐琪、师文

校对：赵涵漠


终篇

全球传播的新视阈与中国对外传播的重新定向[1]

◎ 史安斌

引言

Whoever controls the entrance of global communications will control the globe.

—Rupert Murdoch，Founder of the News Corporation

What kind of the world does China need?

—World Economy Forum，2007

今天我们要讲的是全球传播，首先要从默多克的这句话开始。当时他还是澳大利亚一家地方性报纸的总裁。他在 20 世纪 70 年代已经预见到了这一点。“谁掌握了传播的入口，谁就掌握了整个世界。”还有与之类似的更早的表述，就是我们的毛泽东主席，他老人家在 1957 年批示：“新华社要把地球管起来，让全世界听到我们的声音。”在当时的历史条件下，毛主席提出了这样一种远见卓识。所以我今天用了一个词“视阈”。视阈对应的英文词是 vision。实际上，它既是你能看到的现状，又是带有预见性的愿景。

限于当时的历史条件，毛主席提出的宏伟愿景在他的时代并没有变成现实。而默多克则借助于 20 世纪 80 年代以来兴起的全球化的“东风”，建立起了“新闻集团”，这是一个横跨四大洲（欧洲、亚洲、北美洲、大洋洲）的“传媒帝国”，号称覆盖了除中国大陆以外的全世界 57 亿人口。

第二句引言讲的是中国。世界对中国的“期待视野”开始发生变化，一个重要的标志就是从 2007 年的达沃斯峰会开始。这一年的主题是：中国需要一个什么样的世界？我们的代表团团长到了现场就非常惊讶，说这个可能写错了，一直都是在讨论“What kind of China does the world need（世界需要一个什么样的中国）？达沃斯峰会的主办方

1　演讲时间：2012 年 12 月 27 日。

说，没有错，因为中国已经崛起了。当时，我们中国人还没有开始意识到这一点，但全世界已经对我们有这样的一个期待了。这个期待到 2008 年达到了顶峰，就是北京奥运会的成功举办和接下来发生的“金融海啸”，把中国的崛起提前了 5 ～ 10 年。我们今天要探讨的正是中国自身的变化与全球传播的变化之间究竟有哪些关联。

今天我主要讲三个问题：首先，是梳理一下从国际传播到全球传播在理论和概念层面的演进脉络，我把它概括为三个“全”字；然后，再从实践层面上界定全球传播的新视阈，我把它概括为三个“拓展”；最后，再回到我们自身的实践，探讨一下中国对外传播的重新定向，我把它概括为三个“看”字。

从国际传播到全球传播：三个“全”

从概念和理论层面上看，国际传播与全球传播是完全不同的两个概念。国际传播（international communication）是“冷战”时代的产物。它指的是以民族国家为单位的信息流动，比方说美国之音，VOA，这就是一个比较典型的国际传播媒体。你问任何一个美国老百姓，几乎都不知道什么是 VOA，因为他们都从来没有听过。其实他们想听也听不到，因为他们买不到短波收音机。在美国，无线电接收设备是受到严格管制的。中国的情况也一样，很多人没有听说过中国国际广播电台。原来叫 RADIO BEIJING，现在叫 CHINA RADIO INTERNATIONAL。

到了全球传播的时代，信息传播变成了共时性的流动。在国际传播的时代，我们还讲“内外有别”，客观上也存在着时差。但全球传播时代这些差别都没有了。所谓“全球传播”是指信息、符码、观念及意识形态在全球范围内进行跨越民族—国家边界的共时性流动。它不同于肇始自“冷战”时代的、以民族—国家为核心、遵循“内外有别”原则而进行的“国际传播”。

在互联网高度发达的今天，尽管出现了全球传播的现象和趋势，但为什么说它仍然是一个愿景呢？因为，这不是真正意义上的全球传播。它仅仅还是在全球范围的信息流动，但传播的主体仍然没有实现全球化。我们只听到两个国家声音最大。就是英、美国家几个主要的英语媒体。其他国家、其他语言的媒体声音都很小。所以，全球传播仍然处于“两国传播”或者说“英语垄断”的格局。

但是，我们必须看到，实现全球传播的条件已经基本成熟。我曾经用三个“全”字——“全球、全民、全媒”——来概括当今新闻传播的发展趋势。首先，从理念层面上来说，

全球传播符合我们当今时代思潮的主流，具体来说，就是“文化相对主义”。现在我想任何一个大学，无论在中国还是美国，我们都认同这样一个“多元文化”的观点。同学们会说，这有什么奇怪的？现在大家都会这样认为。但是我给你举一个例子你就会明白。大家看这幅地图，在 20 世纪 80 年代还出现在澳大利亚、新西兰的中学课本里，大家一看中国没了？到哪儿去了？因为人家说了，“上北下南”谁规定的？为什么澳洲要在世界地图的下方？我就要倒个个儿，“上南下北”。让澳大利亚和新西兰在世界的上方，在世界的中心。

把自己置于世界的中心，那是自己说的，别人不承认。这个思路就是民族主义，或者是更为激进的“种族中心主义”。这样一种思路在“冷战”时候达到顶峰。但到 20 世纪 80 年代文化相对主义兴起，种族中心主义被逐渐抛弃。所以现在澳大利亚、新西兰的课本里不能再印“上南下北”的地图，与其他国家一样要统一使用墨卡托版的世界地图。

我们说，从爱国主义到民族主义再到种族中心主义，属于同一个意识形态的谱系。爱国主义无可厚非，理性的民族主义也可以接受，每个人都以自己的国家、民族和文化为荣，但种族中心主义就走向了极端，认定别的文化是一种都是低下的、劣等的，而自己的文化则是优越的，甚至于要消灭其他的文化，保护文化的“纯洁性”。它的极端表现就是希特勒时代。现在，大家接受的是文化相对主义。文化相对主义是我们要站在异文化的视角来看待自我，看待他者。

我给大家举一个例子，2005 年《纽约时报》网站第一次出现以中文为标题的报道，这就是记者运用文化相对主义的一个典型案例。当时，西方媒体竟相报道“中国世纪的到来”，姚明和章子怡分别上了《时代》和《新闻周刊》的封面。《纽约时报》的这位资深的驻华记者纪思道（Nicholas D. Kristof）独辟蹊径。别人写的都是中国光鲜亮丽的一面，北京啊、上海啊、香港啊、姚明啊、章子怡啊，他却聚焦于开封，题目是“从开封到纽约 辉煌如过眼烟云”，而且这是《纽约时报》网站上首次出现中文标题。

这篇报道体现了文化相对主义的精髓，那就是站在两种文化的交集处看待彼此。也就是说，从美国看中国，再从中国反观美国。当然，做到这一点是基于记者对中国历史和现实的深厚积淀。否则的话，他不会选择开封。别人在看北京、上海，他会去看开封，他为什么看开封呢？因为他从开封看到了纽约。因为开封在 1000 年前，就是世界最繁华的都市，相当于今天的纽约，现在则是中国一个普通的中等城市。

这篇报道的核心就是站在一个跨文化的视角看待历史和现实。所以纪思道说，纽约人不要得意，你过了 1000 年，也许就是今天的开封。所以他为什么引用莎士比亚的

名句，“辉煌如过眼烟云”，这就是记者本人的高度。他运用文化相对主义的视角，获得了这样一种 vision，就是“视阈”，它既是当下存在的现实，又代表着未来发展的趋势。

其次，从实践层面来看，全民传播为全球传播的实现提供了广阔的平台。在社交媒体高度发达的时代，人人都是记者，人人都有麦克风。新闻、信息和观点的传播不再被少数人所垄断，每个人都有参与新闻传播的机会，这也是全球传播的要旨之一。

再次，从介质层面来看，全球传播借助于全媒体来实现。“媒体”这个概念，现在的定义越来越广泛，过去我们说报纸、广播、电视，现在几乎所有的介质都可以成为媒体，所有的媒体机构都动用了各种不同的传播手段。《纽约时报》70% 以上的收入来自互联网和数字产品，“报”的概念越来越淡化了。

全媒体的普及意味着媒介技术的飞速发展平台。所谓 SoLoMo—social，local，mobile，这是媒体传播发展的总体趋势，它变得越来越社交化、越来越本地化、越来越移动化。给大家说一个有趣的事实：非洲是在媒体的更新迭代上一直处于落后地位，只有 4% 的人可以用上互联网，因为宽带的费用太高了。所以，你怎么讲全球传播也没有用，因为非洲参与不进来。但是移动媒体发展起来后，非洲已经有 60% 的家庭拥有手机。非洲可以越过宽带的阶段，直接进入 SoLoMo 的时代。因此，移动媒体的普及使非洲人民参与全球传播成为可能。

全球传播的拓展（1）：由西向东、由北向南

概念和理论的演进使传播实践也发生了深刻的变化，我把全球传播在实践层面上的发展变化概括为“三个拓展”。首先是由西向东，由北向南的拓展。这更多是从全球地缘政治的角度来说。我们这里说的“西方”“北方”代表的都是富裕地区，发达国家；“东方”“南方”则是相对贫穷的地区和落后的国家。中国大体处在这样的地缘政治格局的中间地带，所以从这个意义上说，中国还真是一个 Middle Kingdom，处于 Global North 和 Global South 的交界地带。

还有一个类似的说法是英国文化研究的奠基人斯图尔特·霍尔（Stuart Hall）提出的，即西方与其他地区的对立，所谓 the West vs. the Rest。在国际传播时代，我们经常讨论的是 Westerization（西方化）的概念，因为美、英为首的西方国家是新闻传播的主体，但在当今全球传播的时代，我们讨论的是 Resterization，即西方以外的其他国家和地区的兴起。例如，大家熟悉的 G20、金砖五国，还有 Chindia（中、印一体）、ChiAfrica（中、

非一体）等概念，这都是体现了全球地缘政治格局的变化。

国际传播的时代，世界上主要的新闻媒体几乎都来自西方，集中于美国和英国，所以英国知名学者达雅·屠苏一针见血地指出，无论国际秩序和媒介生态如何变化，一个永恒的母题是：全球信息和娱乐产业主要由少数几个西方国家和来自这些国家的大型跨国公司所把持和掌控。从电报时代的马可尼到互联网时代的微软，我们可以看到一条清晰的演进路径，无论是将电缆铺遍世界、抑或是通过网络创造一个虚拟的赛博空间，这一母题从未改变。

进入全球传播的时代，全球新闻与信息的流动呈现出自西向东、自北向南的拓展。换言之，长期以来垄断全球新闻传播体系的、政治经济实力更为强大的“西方”与“北方”正在遭遇“其他地区的崛起”（the rise of the rest）这一趋势的挑战。与之相应，由美、英两国媒体“双重垄断”的国际传播格局正在被改写和重组。在这一过程中，中国和印度的表现最为引人注目。当今世界上发行量最大的英语报纸不再是《泰晤士报》或《纽约时报》，而是日发行量超过 300 万份和拥有千万固定读者的《印度时报》。卡塔尔“半岛电视台”、伊朗“波斯电视台”（Press TV）和拉美国家共同开办的“南方电视网”（Telesur）与中国的 CCTV 一道都成为全球电视新闻领域中不可忽视的力量。

从中国的情况来看，自 2009 年以来，国家有关部门对新华社、《人民日报》、中央电视台、中国国际广播电台、《中国日报》和中国新闻社六大中央级媒体加大投入力度，对已有的媒体资源进行优化整合，开办了一些新的媒体平台。其中，中央电视台的海外记者站点数量已达 70 个，包括 2 个海外分台（还有 2 个正在建设筹备中）、5 个区域中心站和 63 个驻外记者站，数量在全球电视媒体中位居首位，基本完成了由“本土媒体”向“全球媒体”的转型。新华社，在原有 120 多个海外分社的基础上又增设了近 50 个分社，目前在境外设有 180 个分支机构，数量居各大通讯社之首。《人民日报》的海外驻站数目在全球报业机构中首屈一指，其在 Facebook 等社交媒体平台上的活跃粉丝数量也大幅增长，截至 2015 年 6 月达到 460 万，仅次于《纽约时报》。

媒体国际话语权的提升促进了中国国家形象和声誉的整体改善。据美国 Pew 民调中心 2015 年 6 月发表的报告，在亚洲、非洲、拉美地区民众中对中、美两国持正面评价的比例，美国领先中国 10 个百分点左右，这个差距较前几年均有了显著的缩小；在中东地区，中国则领先美国近 30 个百分点。仅在欧洲，美国仍然领先中国近 30 个百分点。这充分说明，中国媒体利用新一轮全球传播秩序重组的契机，初步实现了国家形象的改善和媒体自身的转型。

举个例子，过去中国媒体除了少量外聘专家外，必须是中国公民才能够入职，但

是这个底线现在突破了，央视北美分台雇员的本地化比例达到了 90%。除了国际台、《中国日报》等老牌外宣媒体外，《人民日报》、央视等主流媒体也抓住了全球传播的机遇，在技术、人员、机构、定位等方面实现了全方位的变革，除了刚才讲的向"全球媒体"转型之外，还有进一步推动了全媒体平台的建设。仍以央视为例，2011 年 5 月 29 号"国际视通"正式开通，这是央视要打造国际视频通讯社的努力。毕竟央视节目的海外落地不可能这么快。我到美国的时候，到处找 CCTV，终于找到一个公寓有 CCTV，后来才明白，原来 CCTV 就是闭路监控电视。所以 CCTV 到美国落地有认知上的问题，因为 CCTV 人家认为是闭路监控电视台，我怎么会花钱去定这样的一个频道。因此，打造视频通讯社能够摆脱这种刻板印象所带来的不利影响，开辟了央视扩大海外影响力的一个新的渠道。

全球传播的拓展（2）：自上而下，从中心到边缘

从新闻信息生产和流通的机制上看，全球传播呈现出自上而下、由中心到边缘的拓展。传统的新闻生产和传播机制是以报纸、通讯社、广播、电视、互联网等媒体形式来分别展开，主要以国家或政府主导的国际媒体机构和专业媒体人为生产主体，普通读者、听众和观众是以"沉默的大多数"的身份处于被动接受的一端。在社交媒体时代，普通民众参与的"众包"机制已经成为新闻生产的"新常态"。近年来震动西方政坛的"维基泄密"（Wikileak）网站就是这种趋势的典型代表。更为引人注目的是，这种以关系为导向的信息流动还能够产生"联结效应"，从而将线上的舆论交锋转化为线下的集体行动。无论是"占领华尔街"运动还是"阿拉伯之春"，都体现了社交媒体对中下层和边缘弱势群体的强大动员力量。

我们再通过几个例子来看一下这种"拓展"所产生的影响。首先是传统媒体的话语权和把关权的式微。顺便说一下，传统媒体，英文所对应的叫作 legacy media ，不是 traditional media，因为 legacy 这个词是说这些媒体本身已经拥有非常强大的品牌，像《纽约时报》。奥巴马两次竞选，《纽约时报》在选情最紧要的关头公开发表声明力挺奥巴马，对他的胜选起到了至关重要的作用。这就是我刚才说的《纽约时报》的 legacy。但是，社交媒体时代靠《纽约时报》的影响力已经远远不够了。奥巴马搞"医保改革"，得到包括《纽约时报》在内的多家主流媒体力挺。在社交媒体兴起的今天，反对派可以动用网络草根媒体的力量来与传统媒体抗衡。反对派把奥巴马搞"医保改革"与当年希

特勒上台初期的政策相提并论，甚至 PS 奥巴马和希特勒的“合脸图”，在网上广泛流传，影响民意和舆论走向，干扰了“医保改革”的顺利推进。

刚才提到的“维基泄密”网站也是典型的例子，披露了很多秘密文件，尤其是美国政府的外交机密，在美、英等西方国家的政坛掀起了轩然大波。创始人阿桑奇很聪明，他为网站设计了一个口号，Keep us strong，us 这个词既可以理解为“我们”，又可以理解为“美国”。他说，我从来没有反过美国，因为我这样做就是让我们大家更强大，让美国更强大，否则美国就完了，被这些政客们搞垮了。因此，他为自己赢得了道义上的支持。

当然，“维基泄露”不是真正意义上的新闻媒体，确切地说是一个信息平台，这里我要和大家推荐的是一个值得大家去研究的“另类媒体”（alternative media）——“为了公众”（Pro Publica），这是第一家获得“普利策奖”的网络媒体机构，这是由一些传统媒体的记者和编辑在基金会的资助下共同兴办的一个调查新闻网站。由于做调查新闻成本过高，现在传统媒体都不愿意做，而另类媒体找到新的新闻生产方式来弥补这个不足。例如，“众包”机制和大数据技术的采用。这是 Pro Publica 最近做的一个项目，其中一个点击率很高的，而且很有影响的栏目叫作 Free the File，这个有点像“维基泄露”网站，但它做的更为专业和规范，就是把一些不太容易获得的政府的数据和文件能够让网民下载、评论。比如说，我们要调查在美国大选期间，两党在各地投放的竞选广告的数字。如果按照传统媒体生产方式，这是一个耗资非常巨大的项目，因为，首先要先派调查员到各个地方去，然后还要做很多琐碎的工作，因为美国竞选广告的投放不在全国性的媒体，而是在地方媒体。如果按照过去的生产方式，传统媒体不愿意做，因为耗资太大，但这个工作由另类媒体采用“众包”机制来做，成本相对比较低，而且还非常准确，因为网站有专业核实的机制。因此，无论从新闻的深度和广度来讲，像 Pro Publica 这样的另类媒体，已经全面超越了传统媒体。

我们再来看一个案例：美国全国公共广播电台（NPR）“一个人的国际新闻部”。在社交媒体和大数据当道的今天，国际新闻的生产和制作不需要向全世界派出这么多的驻外记者，其实一个人就够了。为什么近年来美国主流媒体纷纷裁撤海外驻站机构，一方面，是由于经济银根紧缩，金融危机造成美国媒体在资金投入上的困难；另一方面，就是它们找到了替代的方式。例如，NPR 知名的微博记者安迪・卡尔文（Andy Carvin）。大家可以到网上去找一些他的报道，他的成名作就是“卡扎菲之死”。有趣的是，他并没有在现场，他甚至都没有离开美国，他就在“一个人的国际新闻部”里敲键盘。他在世界各地有很多“线人”，大家可以看到他面前有三台电脑，屏幕上一个个小头像，

这些都是他的合作伙伴。这些“线人”都是经过他非常严格的筛选，在全球各地寻找的具有一定专业素质的公民记者，通过跟他们的互动和及时沟通，就完成了这个“互动新闻”（interactive journalism）。以上这些新的变化和典型案例都体现了全球传播向下拓展、向边缘拓展的趋势。

全球传播的拓展（3）：由扁平向纵深

从信息的内容和品质来看，全球传播呈现出由“扁平”向“纵深”的拓展。在社交媒体日渐普及的今天，传统媒体在新闻报道的广度和速度上逐渐失去了竞争的优势。回顾在传统媒体当道的时代，像“9·11”事件、“伊拉克战争”这类“扁平新闻”曾经是 CNN 和半岛电视台等媒体的“独家专利”。但是，现在第一个报道“阿拉伯之春”“卡扎菲之死”等重大新闻的已经不是专业媒体记者，而是普通的“民众记者”。因此，在“人人都是记者”的时代，我们更加需要的是“纵深新闻”——即对新闻主题的深度挖掘和阐释及更为专业化、精准化的信息生产。在此背景下，“大数据新闻”“可视化新闻”“虚拟现实（VR）新闻”等新的品类应运而生，逐渐成为专业媒体在数字化时代的核心竞争力及其品牌价值所在。

《扁平世界新闻》（*Flat Earth News*）是英国新闻学者尼克·戴维斯（Nick Davis）的名作，已经被翻译成中文出版，但我不知道是不是译者和编辑觉得这样的书名太专业，卖不出去，于是给改成《媒体潜规则：英国名记揭秘全球新闻业黑幕》。其实作者在书里讲的并不完全都是新闻业的“潜规则”“黑幕”，他重点讲的是全世界媒体出现这种“高度同质化”的新闻。比如“伊拉克战争”期间，美国国防部给全世界媒体提供了 350 万字的新闻稿、2 万多分钟的视频新闻素材，所以导致大家听到的都是美国的一面之词，甚至是“伊拉克拥有大规模杀伤性武器”这样的谎言。

这种“扁平新闻”实际上就是一种变相的“新闻管制”，当然美国五角大楼起了个很好听的名字，叫作 News Management，新闻管理。另一个比较典型的例子就是 2000 年“千年虫”的报道。希望大家看看《媒体潜规则》里边，它有大量的案例，全球新闻媒体充斥着这种“扁平新闻”，让有识之士感到担忧，背后有利益操纵者，影响了媒体的独立性。

新闻界还有个形象的说法，这种“扁平新闻”的特点是 something about everything，而在社交媒体和大数据的时代出现了一种“纵深”新闻，everything about something，与“扁

平新闻”形成了鲜明的对照。换言之，我们更需要的是对新闻意义的深度挖掘和阐释。我们还是来举一些例子。这个网站特别推荐给同学们关注一下，它是由美国西北大学Medill新闻学院和工程学院跨学科的合作成果，主要是指导公民记者如何报道科技新闻。这个网站叫作“NARRATIVE SCIENCE”（叙事科学），大家可以看到它的口号非常明确：We Transform Data into Stories and Insight，那么，它们所做的就是要把数据变成大家喜闻乐见的故事和洞见，换言之，它们做的就是“纵深新闻”。

从新闻伦理的角度来讲，“纵深新闻”也是具有进步意义的，有利于信息的公开和透明。如果现在再来一次“伊拉克战争”，我想通过“扁平新闻”来搞“新闻管理”肯定是行不通的，因为2003年的时候我们还没有微博，没有这种所谓的“全民传播”机制，所以那个时候五角大楼比较轻易地做到了通过“扁平新闻”来同化舆论，但是现在呢？基本上做不到。因为“纵深新闻”的出现消解了操控新闻舆论的可能性。

“纵深新闻”的另一种表现形式是“利基”新闻。“利基”是一个营销学上的术语，它原来是指牧师办公室里储存教友信息的一个个小抽屉——壁龛（niche），音译为“利基”，被用来形容“精准营销”的理念。现在将这个理念引用入了新闻生产，用来满足精准化的分众传播的需求。给大家展示一个新闻网站，叫HOMICIDE WATCH D.C.，这是《华盛顿邮报》用大数据技术将新闻档案进行“二度开发”制作的一个利基新闻网站。它提供了美国首都华盛顿哥伦比亚特区最近20年来发生的所有杀人案的详细信息。你去华盛顿旅游、租房，可以随时查询到某个街区是否安全。

此外，“纵深新闻”的生产结合了各种新技术来提升用户的体验。例如，大家熟悉的“可视化新闻”就是运用大数据和“信息视图”（infographics）技术，而新兴的“虚拟现实”（VR）和“增强现实”（AR）技术也被运用进来，让受众获得身临其境的体验，这方面的论文大家可以到我的新浪博客上查询一下，我就不展开讲了。

从客观新闻学到对话新闻学

以上从实践的层面上树立全球传播的三个“拓展”，下面我再探讨一下全球传播的变化在重构新闻学理论上的意义。大家有兴趣的话可以查找一下我的另一篇论文，《从“客观新闻学”到“对话新闻学”》，以此来从理论层面上阐释全球传播的变局。简单来说，从哲学溯源上来说，从“客观新闻学”到“对话新闻学”的变化反映了从现代性向后现代性的演变；那么从实践层面来看，从“客观新闻学”到“对话新闻学”体现了媒

体形态上的变化，就是从印刷媒体到电子、数字媒体的演进。

大家学过的新闻学一些最基本的理念，实际上来自“客观新闻学”，比如说，新闻要客观、公正、平衡，记者要保持相对独立，这个概念在社会学上叫“外化”，即“外化”于各种报道对象的影响。那么新闻文本具有唯一的、正确的意义，来源于权威性的信源；新闻报道首要功能是传递信息和告知公众。

“对话新闻学”则主张，新闻报道不是一个单向传递的结果，是沟通对话的产物，也是不同话语和立场相互冲突与协商的结果。刚才，我给大家举的奥巴马“医改”的例子就是这样，大家看今天任何一个新闻事件实际上是不同的立场、不同的话语相互协商和沟通的结果。过去《纽约时报》发一篇社论就能够助力奥巴马胜选，但现在对“医改”可以有完全不同的解读，反对派甚至借此攻击奥巴马与希特勒“撞脸”“同体”，这就说明全球传播领域的变化也引发了新闻理论的变化。

“对话新闻学”让人看到的是新闻事件的过程，而相比之下，“客观新闻学”让你看到的是结果。美国知名新闻学者、国际传播学会（ICA）前主席芭比•赛里泽（Barbie Zelizer）教授最近出了一本书叫《濒临死亡》（*About to Die*）。她告诉我们，依据“客观新闻学”的理念，新闻呈现的是死亡的结果，呈现的是肝脑涂地、血流成河、尸体横陈，但是依据“对话新闻学”的理念，你看到的是 About to die，这个人究竟怎么死的，这个人在死前最后那一刻，他的表现往往更有震撼力，它强调的是新闻过程的呈现。

从哲学渊源来看，“客观新闻学”秉承的是以启蒙为核心的现代主义传统；而“对话新闻学”则是后现代主义思潮在新闻学、大众传播学或媒介研究领域的衍生品。从实践意义看，“客观新闻学”体现的是以文字为核心的印刷媒介的“单向度”新闻生产，是以印刷媒介为核心的；但“对话新闻学”强调的是电子和数字媒体的新型传播生态，解决的是“人人都是记者”这样一个时代，新闻生产成为双向沟通乃至“多音齐鸣”的传播过程中面临的种种问题和挑战。

从哲学意义上讲，“客观新闻学”把记者和采访对象之间的关系定义成为“吾牠关系”（I-it relation），什么叫“吾牠”，就是我和牠，这是一个有层级的限制，特别我用了一个大家不太认识的“牠”来写，因为这个“牠”是繁体字，就是那个“IT”，我们写现在宝盖头的，但这里面代表了一种等级制，一个是主体，一个是客体；一个是人，一个是动物，都有一个等级制在里面；但“对话新闻学”是“吾汝关系”（I-thou relation），而且不是我你，是“吾汝关系”，向对方表达尊敬，所以你们看这种文明程度比较高的语言都是有区别的、有敬称。大家学法语，“你”有两个词，一个是“tu ”，一个是“vous”，英语中只有一个“you”，没有两个词，所以他们就没有法国人那么文雅，中文同样如此，

"您"和"你"还是有区别的，所以，实际上"对话新闻学"当中记者与采访对象之间是一种平等关系，如果不是尊重的关系，至少也是平等的关系。

按照客观新闻学的理念，记者应当是"fly on the wall"，墙上的苍蝇，应该独立于外部环境之外。而"对话记者"更多是参与式的观察者。"客观新闻"大量的信源主要来自所谓的官方、精英、权威，这就导致了它立场单一，所以我们刚才说为什么全球传播有个"向下"的拓展，因为过去在传统的"客观新闻"当中更多体现的是精英和上层社会的立场；但"对话新闻"传递的是来自草根、边缘群体的声音，强调的更多是不同意义之间的角力。限于时间，我不再展开了。我想强调的是，全球传播的变局不单单是实践层面的"拓展"，同时也必然带来传统新闻观念和理论层面的变化。

中国对外传播的重新定向：三个"看"

在全球传播大变局这样一个背景之下，中国媒体面临着新的机遇与挑战。前面已经介绍过，2009 年起中央启动"加强媒体国际传播能力建设"的工程，六大央媒获得了较大力度的支持和投入，推动了中国媒体走出去，在一定程度上提升了国家形象和软实力。

在此，我要特别强调一下中央的这个决策与国际的大背景和新闻传播领域的一些重大议题是紧密相关的。例如，建立"国际信息与传播新秩序"，同学们学过传播学史就应该知道这个词"NWICO"，就是"New World Information and Communication Order"。20 世纪六七十年代"传播学之父"施拉姆就提出来了。但是，这始终是一个美好的愿望，因为美国不接受 NWICO。现在有了这个可能性，因为中国已经成为全球传播体系中不容忽视的重要力量。2015 年全球十大互联网公司中，美国六家，中国四家，现在的赛博空间中有"狼牙"与"蝙蝠"两大联盟，前者是 FANG（脸书、苹果、奈飞、谷歌），后者是 BATJ（百度、阿里巴巴、腾讯、京东），中、美共治网络空间的物质基础业已形成。

在此背景下，NWICO 又被旧话重提。2011 年 6 月，时任新华社社长的李从军同志写了篇构建国际传播新秩序的文章，在美国《华尔街日报》上发表了，但他没有使用"NWICO"这个概念，而是使用了"媒体联合国"（United Nation of Media，UNM）这个更为符合现状的概念。他说，建立更加公正、合理的全球传播秩序，应该像联合国一样，大国小国都有一票，也会有常任理事国和观察员，至少每个人都要有参与的

机会。从这个意义上说，UNM 与 NWICO 的理念是完全相同的。因此，我们推动的“传媒走出去”工程不是一个单纯的国家利益行为，它实际上跟世界性的议题息息相关。

这个“传媒走出去”的工程被西方媒体称为“Charm Campaign”。这个“魅力战役”具有两面性：一方面，西方媒体强调这是一种 Charm Offensive，大规模的“魅力攻势”；另一方面，我们中国人认为这是一个 Charm Defensive，“魅力守势”，实际上我们是带着防守的心态，因为过去我们中国没有一点声音，所以总是被“妖魔化”，现在发出了一些声音，但还是被动防守的姿态，并不是主动出击。

关于“魅力攻势”，西方媒体最关注的就是“孔子学院”。我们来看一些相关的数字。截至 2015 年年底，我们已经在 134 个国家和地区建立了 500 所孔子学院，1000 个中小学孔子课堂，学院总数达到了 190 万人。有人说，孔子学院已经成了中国的“第二外交部”，每年向全世界派出的孔子学院院长将近 1000 人，派出的教师近万人。所以这么一个庞大的队伍派到全世界去，人家当然要说你是 Offensive 了。孔子学院的法人代表是谁？国家汉办主任，这是教育部的一个厅局级岗位。因此，西方媒体和知识界就在这些方面大做文章，把孔子学院说成是“魅力攻势”的典型代表，甚至夸大为一种“文化侵略”，鼓动它们所在的大学或中小学学区拒绝孔子学院的进入。

“孔子学院”遭遇的“舆论战”促使我们重新思考中国对外传播存在的一些“短板”，我把它概括为四个方面：第一个“短板”是，近年来，我们在推动对外传播“走出去”工程的进程中，在战略部署和实际操作层面过度关注欧美中心的目标市场和受众，忽视了“西方路灯光影以外的世界”——即过去所谓的“第三世界”国家，其中问题比较突出的是忽视了主动与对中国具有特殊地缘政治意义的一些周边国家和发展中国家进行有效的沟通和互动。

这方面比较突出的例子是 2011 年夏天，越南首都河内在 10 周内出现了 9 次较大规模的反华抗议示威；还有 2012 年春，菲律宾一些反华势力利用“黄岩岛争端”组织的全球示威活动。在这些示威活动中，喊的最多的口号是“停止来自中国的欺凌”（bullying）。这个口号对于我们这样一个在历史上深受西方列强长期“欺凌”的国家而言具有一种反讽意味。如果联系到我们与这些周边国家在血缘和文化上的联系和长期以来对它们提供的各种援助，类似这样的口号对于很多中国人而言更显得荒诞和不可理喻。

除了地缘政治、经济和军事上的一些重要诱因之外，不可否认的是，出现这样一种“荒诞”的局面还与我们在对外传播上的相对弱势有关。美国一家调查机构“芝加哥全球事务委员会”的研究显示，越南 18 ～ 35 岁的年轻人当中有 73% 对美国抱有“强

烈好感”，对中国抱有“强烈好感”的只有17%。如果我们参照历史事实，这个结果就显得更加“荒诞”和“不可理喻”。中国一直是越南的传统“盟友”，在意识形态和价值观上都有很多相近之处。而美国直到不久前还是对越南犯下战争罪行的“敌国”。“盟友”与“敌国”的地位似乎在一夜之间发生了反转。与这种“反转”有关的则是另一组耐人寻味的统计数字：越南年轻人日常接触到的有美国背景的广播电视频道和网站有24家，而有中国背景的只有两家。

虽然我们不能说，软实力建设的相对薄弱是引发这种“乾坤倒转”现象出现的直接诱因，但我们不得不承认，无论从内容和渠道来看，越南年轻一代对中国的了解确实有限，以至于对中国缺乏好感。无论在“意见市场”还是在“情感市场”上，中国都处于相对弱势。这种状况在其他属于“西方路灯光影以外的世界”的国家和地区也表现得相当突出。

第二个“短板”是，对外传播活动过分强调政府主导和规模效应，忽视了对民间和社区资源的利用。如何实现与国内外的民间社区的充分交流与互动，在目前的国家对外传播工程建设当中都没有得到充分的体现，未能紧紧跟上以社交媒体为代表的“媒体全民化”的发展趋势。

近年来，我们的对外传播“走出去”工程在规模和声势上确实引人瞩目。新华社、《人民日报》等媒体在号称“世界十字路口”的纽约时代广场设立北美总分社，中央电视台在华盛顿的中心街区盖起漂亮的北美中心记者站大楼，这些“面子工程”都令欧美新闻界同行羡慕不已。刚才讲的孔子学院的例子也是“魅力攻势”的典型例子。

这样的大规模扩张，一方面，反映了中国综合国力的提升和“对外传播走出去”工程实施的有效性；但另一方面，也激发了一些人的“酸葡萄”心理，这一点在欧美国家表现得尤为突出。前不久，美国国务院以“资质认定”和“签证政策”为由企图“驱逐”孔子学院的中方教师。英国、德国的一些知名中国问题学者以“意识形态输出”为由批评孔子学院的“扩张”，并质疑中国政府采用不合法的“献金”手段“影响”高校的管理者，试图把这场“孔院风波”政治化、全球化。虽然这场风波目前暂时平息，但不能不引发我们对这种由“政府主导”、强调“规模效应”的单一模式进行反思。

显而易见，当前对外传播这种单一模式最大的“短板”就在于其官方属性。尽管央视北美记者站聘请了美国资深新闻人担任顾问，30%的雇员为当地的专业人员，但这些举措也难以在短时间内改变当地受众心目中“官方媒体缺乏公信力”的刻板印象。虽然少数人挑起“孔院风波”有其政治意图和“酸葡萄”心理的作用，但由“汉办”这样一个官方色彩浓厚的机构而非民间基金会来主导，难免会让它们抓住把柄，大肆

渲染。例如，一位西方中国问题专家就在媒体上发文质问：“孔子学院的法人代表是中国政府的官员（国家汉办的负责人），难道这不是把政府搬到了最具独立精神的大学校园？”

第三个“短板”是，除了“官方色彩”较为浓厚，较少利用新兴社交媒体，缺乏与当地社群的互动也是当前中国对外传播的一大“短板”。我们在搞大规模的对外传播“走出去”工程，这在许多西方传媒界同行眼中仍然是“前网络时代”的做法。我们的媒体机构在世界各地圈地、盖楼、布点、雇人，声势浩大，但美国媒体已经开始采用“一个人的国际新闻部”的模式。2011 年最引人注目的一位“微博记者”是美国公共广播电台（NPR）的安迪·卡尔文（Andy Carvin），他凭借在“茉莉花革命”中的出色报道赢得了诸多荣誉。他一个人包揽了 NPR 的大部分国际新闻报道，秘诀在于他充分利用微博与遍布世界各地的“公民记者”和“社区记者”的联系，采用“众包”（crowd-sourcing）的生产机制，发布贴近当地实际、真实反映当地民众诉求的新闻。

虽然“一个人的国际新闻部”还是一种尚在探索和实验的新生事物，但这对于打破目前中国对外传播的单一模式不无借鉴意义。通过社交媒体加强与当地社区与民众的互动，充分利用和整合“公民记者”、民间基金会等“非官方”渠道及资源，逐渐淡化对外传播的官方色彩，提升中国对外传播媒体和机构的公信力与亲和力，应当是我们今后努力的方向。

第四方面的“短板”是，当前的对外传播主要采用的是单向传递的“信息模式”，忽视了双向互动的“对话模式”。同样道理，我们的“传媒走出去”工程支持的几乎都是传统媒体，忽视了方兴未艾的新媒体机构。换言之，对外传播的理念没有跟上全球传播三个“拓展”的变化，这一点我下面再展开讲。

总的来看，我们的“魅力攻势”要与“魅力守势”结合，在传播的理念、方式和手段上顺应全球传播的变局，根据前面讲的三个“拓展”，我认为，我国对外传播的重新定向从以下三个方面展开。

第一是“向东看、向南看”，把对外传播的重点转向关注所谓的“西方路灯光影以外的世界”——即经济相对落后的“东方”和“南方”国家。从短期来看，应当首先关注对中国具有重要战略意义的周边国家和发展中国家。当前更要结合“一带一路”战略的需要加强对沿线国家进行有针对性的传播。

第二是“向下看”。我们应当把资金和资源从官方主导向“民间力量”倾斜，广泛利用微博、微信等社交媒体平台，采用“众包”“众筹”等新闻生产的新型模式，与社区和公众进行有效的互动，让活跃于地方和社区的“草根记者”积极参与新闻生产，

提升中国国际新闻传播的公信力和亲和力。诚然，新闻传播“全民化”的趋势并不是要用缺乏新闻专业资质的“草根记者”完全取代媒体机构和专业记者，相反，后者应当着重思索的问题是：如何在确保新闻品质和公信力的前提下，让这些非专业力量更为积极地参与专业媒体机构的新闻生产。这里说的“向下看”同样包括国内的民间机构与社区组织。2012 年 5 月，提出“软实力”概念的美国哈佛大学教授约瑟夫·奈（Joseph Nye）在北大的演讲中提到，现在外国人最想看到的不是展示中国辉煌历史和灿烂文化的大型庆典，而是活生生的当代“公民英雄”。因此，我们应当通过讲好普通中国人的故事来加强对外传播的有效性。我们在此列举两个产生较大反响的例子。2011 年 7 月，新华社报道了江西省铅山县女邮递员罗细英 16 年如一日服务边远山区百姓的事迹。英国《卫报》驻京记者马尔科姆·穆尔以此为线索，推出了题为“行程已达 12.4 万英里的超级女邮递员”的报道，被近百家媒体转载。2012 年 6 月，由中国网民拍摄的杭州“最美司机”吴斌在生命最后一刻勇救乘客的视频通过世界最大的社交视频网站 Youtube 播出，获得了超过 600 万次的点击量，至今仍然是最受全球网民关注的一条来自中国的新闻。

第三是“向纵深看”。尽管近年来，中国经济稳步增长，并向“新常态”迈进，习近平主席提出的“一带一路”新倡议和“亚投行”的设立引发了来自东西方各国的密切关注和积极响应。西方媒体和学术界却使用“全球中国化”（chi-globalization）一词来描述中国在全球政治经济版图上的不断拓展及其影响的日渐深入。与此同时，各国媒体及民众对中国“认知焦虑”却有上升的趋势，各种形式的质疑、疑虑和误读依然层出不穷。究其原因，主要是有关中国的新闻、资讯和评论在专业化和精准化上与外部世界的需求尚有差距，而这一差距在新媒体大行其道的背景下更加凸显。

因此，为了进一步提升中国新闻媒体的竞争力和影响力，我们应当实施“向纵深看”的战略，引入“大数据新闻”“可视化新闻”等新的报道形式，深入挖掘和阐明中国政治、经济、社会和文化变革及其对世界所产生的影响，力戒以“中国特色”为名的、浮光掠影的应景式报道，从而有效提升中国媒体在国际舆论场上的话语权和影响力。

录音整理：萧伟婷、游羽瑄、高媛瑛、昝秀丽

校对：张垒

后记

“新闻与传播前沿讲座”是按照“素质教育”的理念设计的一门“通识课程”，经过十多年的努力，已经成为了我院研究生课程中的一个颇有影响力的“品牌”。首任院长范敬宜教授为学院制定的办学理念强调“面向主流、培养高手、素质为本，实践为用”；现任院长柳斌杰教授则在本书代前言中进一步提出把握全球化的发展大势，发展中国特色社会主义新闻传播学，为这门课程的总体设计指明了方向。一方面，这门课程是以传授多学科和跨学科的前沿理念与知识为重点；另一方面，这门课又要体现中国崛起和全球政治、社会、文化变局之间的互动关系及前沿走势。要达到这个目标，需要借助于清华大学这个具有强大吸引力和辐射力的平台，发挥其多学科和跨学科的优势及其对海内外政界、学界、业界的“聚合”效应，让这门课真正体现理论与实践之间的相互融汇、历史积淀和前沿变化之间的相互呼应，使之成为清华大学贯彻“古今融汇、中西贯通、学术并重、与时俱进”的教学理念的一个典范。为体现对这门课的重视程度，学院历任领导熊澄宇、尹鸿、李彬、崔保国、史安斌等教授先后担任课程的主持人，聘请海内外学界、业界中的领军人物和骨干精英来担任主讲人。为了充分体现课程的“前沿性”，还邀请了部分具有新锐思想的青年学人走上讲坛。

2006 年，时任学院副院长的李彬教授主持编纂了《清华新闻传播学前沿讲座录》，以“中国社会与大众传播”为主题，收录了 16 篇演讲记录稿。该书出版后赢得了良好的社会反响，形成了“前沿讲座录”的品牌效应。自 2008 年至今，这门课程一直由李彬和史安斌两位教授共同主持，形成了较为固定的课程架构、脉络和演讲人阵容。2012 年出版了本书的续编，将主题扩展为“全球传播背景下的中国媒体与社会变局”，篇幅扩大到 24 篇。时隔 4 年之后，呈现在读者面前的第三编如期问世，以柳院长在代前言中确立的“发展中国特色社会主义新闻传播学”为主题，循例从 2012—2015 年积累的演讲记录稿中精选 27 篇以飨读者。

本书开篇选用的是课程主持人之一的李彬教授所做的题为“重思中国传播学”的演讲。作为最早将传播学引入中国的资深学者之一，他强调充分挖掘传统与现代、中国与世界、内地与边疆、城市与乡村四个思想维度，发现和探索中国传播学研究中的

“真问题”，摆脱欧风美雨的“影响焦虑”，从而及时回应如何推进新闻传播学的中国化、时代化、大众化的现实需求。这篇演讲经过作者本人数易其稿，反复修订，既点破了本书的题旨，同时也切中了时代脉搏，堪称本书开篇的“不二之选”。

本书的“终篇”是本课程另一位主持人史安斌教授题为“全球传播的新视阈和中国对外传播的重新定向”的演讲，以近年来西方新闻理论的演进、全球新闻传播的变局和中国全面实施的“传媒走出去”工程为切入点，对柳院长和李彬教授从不同角度提出的新闻传播学的本土化、时代化要求做了进一步的阐发和开掘。

其余 25 讲则分为“学科前沿”“实践前沿”和“学术前沿”三个部分。第一部分“学科前沿”，注重从新闻传播学的学科建设和前沿课题出发，体现本学科在概念、理论和方法论建构上的最新成果，既有柳斌杰、周明伟等新闻舆论工作的资深领导从战略高度提出的强化基础理论研究和学科建设的谆谆教诲，也有洪浚浩、赵月枝、郝晓鸣、魏然、冯应谦、王坚等海外华人学者勾勒的开展前沿研究的路线图，还有师曾志、邱新有、何威等国内中青年新锐结合国情、社情提出的重构传播学理论与方法论的“中国方案”。

第二部分“实践前沿”，则是对当下国内新闻传播业界关注的焦点问题所作出的深度回应，既有喻国明、陆小华、刘德寰等活跃于国内学界、业界前沿的领军人物对新闻传播变局的解读和思考，又有王惠、高岸明、严文斌、胡锡进、李鸿谷等新闻宣传部门领导和媒体总编在长期实践中总结梳理出的认识论和方法论，对准确发现和探索中国新闻传播学的“真问题”具有极强的指导意义和启示意义。

第三部分“学术前沿”，体现的是“前沿讲座”一贯秉承的跨学科特色，汇集了来自哲学、法学、社会学、政治学、国际关系学等领域的名师大家贝淡宁、王杰、强世功、潘维、王义桅、玛雅等人的精彩演讲，触及的均是当下中国政治社会文化领域中的前沿热点课题，能够拓展新闻传播学专业学生的视野，提升他们认识国情、社情、世情的深度和高度。

这种划分是为了编辑和阅读上的便利，实际上这些主题和相对应的演讲稿之间是彼此呼应和相互交融的。由于演讲者的知识 / 学术背景和话语体系具有鲜明的多样性，读者在仔细品味每一位演讲者的精彩言论的同时，也不妨将他们对同一问题的回应加以对照。例如，对于“新闻传播学的中国化、时代化、大众化”这个命题，我们可以在本书中找到来自不同话语体系的回应：官方主旋律、传统国学、革命历史、民族主义、自由主义、专业主义、文化相对主义、技术决定论、功能主义、管理主义、后殖民主义，等等。相信这样的对照阅读会激发读者的深入思考，以期准确把握这些“前沿讲座”

的弦外之音。

本书收录的演讲稿的记录和整理工作均由 2012—2015 年本院选修此课程的硕士生和博士生共同完成，由先后担任本课程助教的博士生张垒、刘滢、赵涵漠和廖鲽尔分头组织协调，由赵涵漠进行统稿，最后再由主编对全书进行校读和定稿。其中部分记录稿经过了演讲者本人的审定，还有不少记录稿未经本人审定，但也由演讲者授权主编进行了文字上的处理。记录稿中出现的错误和疏漏概由主编负责，恳请方家不吝指正。

2016 年 7 月于清华园